



Guía

Exportando Paso a Paso



PERÚ

Ministerio
de Comercio Exterior
y Turismo



Colección Promoviendo Exportación Guía N° 1 Exportando Paso a Paso

Una publicación del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR)
Calle Uno Oeste N° 50, San Isidro, Lima, Perú
Teléfono: (51-1) 513-6100
www.mincetur.gob.pe
© MINCETUR. 2013. Todos los derechos reservados

Contenido: Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (Promperú).
Edición de textos, diseño e ilustraciones: Digired.net.

Prohibida la reproducción parcial o total del texto y las características gráficas de este libro. Ningún párrafo de esta edición puede ser reproducido, copiado o transmitido sin autorización expresa de los editores. Cualquier acto ilícito cometido contra los derechos de propiedad intelectual que correspondan a esta publicación será denunciado de acuerdo con el D.L. 822 (Ley sobre el Derecho de Autor).

Hecho el Depósito Legal en la Biblioteca Nacional del Perú N° 2013-11334
Segunda impresión: Diciembre de 2013
Tiraje: 1.000 unidades

Distribución gratuita. Prohibida su venta

Con el objetivo de contribuir a la competitividad de nuestras exportaciones, el Ministerio de Comercio Exterior y Turismo de forma conjunta con PROMPERÚ pone a disposición de empresarios y público en general la colección de 16 guías Promoviendo Exportación en el marco del “**Programa de Promotores de Comercio Exterior**” que expone de manera directa y simple los pasos necesarios para desarrollar la actividad exportadora con éxito.

Se introduce a las personas naturales o microempresarios y emprendedores al mundo de los negocios, enseñándoles primero a valorar los recursos con los que cuentan en sus localidades. A partir de ello se les inculca un espíritu emprendedor que los impulse a llevar esos recursos a otros lugares en los que por tratarse de algo nuevo, pueden recibir una valoración mucho mayor. Se les familiariza con los términos de producción, materia prima, tecnología, envases y embalaje, servicios logísticos, entre otros, como si se tratara de algo muy natural. Se promueve la formación y constitución de empresas y si no se contara con el capital necesario se sugiere la asociatividad.

También se desarrollan técnicas para el mejor aprovechamiento de los tratados de libre comercio, haciéndose uso de ejemplos sencillos y tests de evaluación para mayor confianza del empresario. A partir del convencimiento de explorar los mercados se provee al empresario o emprendedor de las herramientas de gestión y del conocimiento operativo que requiere para hacer su primer embarque o despacho. Se detallan además los servicios de la Ruta Exportadora que Promperú presta a los empresarios durante los diferentes estadios de su desenvolvimiento en el mercado acompañándolos en toda su travesía y presentándoles la Ventanilla Única de Comercio Exterior como un instrumento que nos ayuda a ahorrar tiempo y dinero centralizando los procesos y trámites de exportación e importación de forma electrónica.

Con la seguridad de sumar a nuestros exportadores de alimentos, confecciones, metalmecánicos, químicos, artesanías y joyería de hoy otros sectores que tanto en bienes como en servicios se desarrollarán innovando y accediendo a nuevas tecnologías gracias a las ventajas que nos ofrece la integración al mundo, ponemos al alcance de todos y todas ustedes emprendedores y microempresarios, funcionarios y funcionarias de gobiernos locales, regionales y nacional, la colección de estas 16 guías Promoviendo Exportación que nos harán liderar las exportaciones de nuestro país al mundo, generando más empleo y más inclusión para todos.

Magali Silva Velarde – Álvarez
Ministra de Comercio Exterior y Turismo



Exporberto es un especialista de exportaciones de PROMPERÚ que adora su país y es un entusiasta embajador de la Marca Perú. Constantemente viaja a la costa, la sierra y la selva, disfruta el clima, la extraordinaria comida, la cordialidad y el espíritu emprendedor de la gente en cada lugar que visita.

Lo que más le sorprende a Exporberto es la variedad de la producción en las diversas y ricas regiones peruanas, lo cual involucra el trabajo de muchas personas, familias e incluso comunidades enteras.

Exporberto piensa que sería extraordinario poder dar a conocer todos estos productos al mundo entero y para cumplir con este objetivo guiará, responderá y asesorará las dudas de los emprendedores para ayudarlos en el proceso de comercialización. Es un convencido de que el aumento de las exportaciones contribuye con el crecimiento del Perú y de los peruanos.

A continuación, Exporberto te invita a revisar y leer atentamente cada una de las situaciones presentes en esta **Guía Exportando Paso a Paso**, que será de gran ayuda al momento que decidas, como ya miles lo han hecho, exportar tus productos o servicios y hacer negocios con empresas de otros países.

¡A triunfar!



1

¿QUÉ ES EXPORTAR?

1.1 El proceso exportador	17
1.2 Beneficios y errores de la exportación	19
1.3 Restricciones y prohibiciones	20
1.4 Acuerdos comerciales y normas internacionales	21
1.5 Factores de éxito	22

2

EL CAMINO A LA EXPORTACIÓN

2.1 El diagnóstico exportador	25
2.2 El plan exportador	26
2.3 El estudio de mercado	27

3

CONCEPTOS BÁSICOS

3.1 Arancel	31
3.2 Clasificación arancelaria	31
3.3 Preferencias arancelarias	32
3.4 Incoterms	33



4

GESTIÓN DE LA EXPORTACIÓN

4.1	Determinación del precio.....	37
4.2	Cotización.....	37
4.3	Negociación internacional.....	38
4.4	Agencia de aduanas.....	38
4.5	Financiamiento.....	38

5

TRASLADANDO EL PRODUCTO

5.1	Embalaje.....	42
5.2	Transporte internacional.....	43

6

DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN

6.1	Documentos y certificados.....	46
-----	--------------------------------	----

7

MEDIOS DE PAGO

7.1	Principales medios de pago.....	60
7.2	Carta de crédito.....	62
7.3	Riesgos.....	64



8	i	SERVICIO POST-VENTA	
9	i	PROMOCIÓN	
10	i	ASOCIATIVIDAD	
11	i	EXPORTA FÁCIL	
		11.1 Los beneficios	74
		11.2 ¿Cómo usarlo?	75
12	i	LA SUNAT	
		12.1 Mecanismos de promoción	78
		12.2 El drawback	79
		12.3 Crédito fiscal	80
13	i	EXPORTACIÓN DE SERVICIOS	
		13.1 Tipos de exportación de servicios	82



14



COMERCIO ELECTRÓNICO

14.1 Pasos previos87
14.2 Tipos de comercio electrónico.....87

15



PREGUNTAS FRECUENTES



CAPÍTULO 1

¿QUÉ ES EXPORTAR?

1 ¿QUÉ ES EXPORTAR?

Exporberto recibe consultas de emprendedores de todo el país y se da tiempo para responderlas con claridad. La pregunta más común tiene que ver justamente con la palabra clave: Exportar. He aquí uno de esos correos electrónicos:

De: Juan Carlos (Tacna)
Para: Exporberto (PROMPERÚ)

Asunto: ¿Qué es exportar?

Buenos días,
 Soy Juan Carlos de Tacna y me dedico a la producción de orégano, mi deseo es que mi empresa crezca y he oído que una buena oportunidad para lograrlo es comercializando mis productos en el extranjero:
 ¿De qué se trata esto?
 ¿Qué ventajas y desventajas tiene esto para mi empresa?

De: Exporberto (PROMPERÚ)
Para: Juan Carlos (Tacna)

Asunto: RE: ¿Qué es exportar?

Estimado Juan Carlos,
 El proceso que mencionas recibe el nombre de **exportación**, que es la venta de mercancías de un país hacia otro país, para su uso o consumo definitivo.

Exporberto finaliza sus correos electrónicos con consejos importantísimos, así que cada vez que leas OJO, sabrás que se trata de una recomendación de nuestro asesor estrella.

Exporberto también se preocupa por explicar los términos que se utilizan en el lenguaje de los exportadores. Recuerda tenerlos siempre a mano.

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Capital: Inversiones que tiene que hacer la empresa para financiar su producción, desde la compra de materias primas hasta la entrega de los productos al comprador internacional.

Competitividad: Capacidad de la empresa para generar valor agregado en el mercado a través de estrategias de gestión y productividad en beneficio de los consumidores.

Recursos humanos: Capacidad del personal para generar valor agregado en la empresa.

Valor agregado: Es el valor adicional que un proceso productivo adiciona al que poseen las materias primas utilizadas en la elaboración de un producto o servicio.

OJO

Es muy importante tener en cuenta que el proceso de exportación implica elevados niveles de competitividad.

Es por esto que todas las empresas que quieran exportar, deben contar con experiencia, recursos humanos, capital y la infraestructura suficiente para comenzar a vender sus productos al extranjero.

1.1 EL PROCESO EXPORTADOR

Primero lo primero. El siguiente esquema muestra las etapas que debe seguir todo negocio exportador.

- 1 **INSCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**
 Formalizar la empresa. Contar con Registro Único de Contribuyente (RUC) habilitado para emitir facturas, boletas, etc.
- 2 **ESTUDIO DE MERCADO**
 Realizar un análisis del mercado internacional para determinar oportunidades de ventas al exterior.
- 3 **PERFIL DEL PRODUCTO**
 Realizar un análisis de las características del producto a exportar para determinar si posee las características para su comercialización en el extranjero. Es decir, si cuenta con oferta exportable.

4 PROMOCIÓN DEL PRODUCTO

Utilizar herramientas de promoción comercial (participación en ferias internacionales, misiones comerciales, sitio web, etc.).

5 CONTACTO COMERCIAL

Enviar al potencial comprador información de la empresa y sus productos (cotización, catálogo, ficha técnica, muestras, etc.).

6 TRÁMITES DE ADUANAS

Entregar a la agencia de aduana los documentos comerciales de embarque para que realice los trámites ante la SUNAT.

7 EMBARQUE AL EXTERIOR

La agencia de aduanas entregará al exportador los documentos de embarque para que a su vez los remita a su importador.

8 SERVICIO POST VENTA

Seguimiento a la exportación y retroalimentación del servicio, garantizando asistencia técnica del producto o servicio exportado.

OJO

En el Perú la actividad exportadora puede ser realizada tanto por personas jurídicas (empresas) como por personas naturales.

MÁS INFORMACIÓN

Formalización de empresas
www.produce.gob.pe
www.crecemype.pe

Ventanilla única de comercio exterior
www.vuce.gob.pe

1.2 BENEFICIOS Y ERRORES DE LA EXPORTACIÓN

BENEFICIOS	ERRORES
Poder recibir pedidos de compra del exterior para incrementar las ventas.	No solicitar asesoramiento especializado para identificar el proceso y mecanismos de exportación.
Posibilidad de obtener mejores precios y mayor rentabilidad.	No cumplir con la calidad del producto requerido por el cliente.
Diversificación de riesgos.	Incumplir las fechas programadas en el envío de los productos.
Acceso a mercados más grandes y de gustos diversos.	Inadecuada selección de los mercados objetivos.
Aprovechar las economías de escala para bajar los costos unitarios mediante el incremento de los volúmenes de producción.	No desarrollar un adecuado plan de exportación.
Adquirir competitividad en precio, gracias a los acuerdos comerciales que el Perú tiene vigentes con los mercados internacionales.	Insuficiente compromiso de la dirección de la empresa para llevar a cabo el proceso de exportación.
Disminuir la carga tributaria generada por los impuestos locales.	
Posicionar la imagen de la empresa en el extranjero, identificándola con prestigio, calidad, nuevos productos y buen servicio.	

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Carga tributaria: Conjunto de obligaciones (impuestos, tasas, etc.) establecidas por el Estado para las actividades comerciales.

Costos unitarios: Costos de cada producto o insumo.

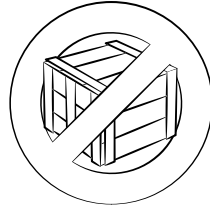
Economías de escala: Proceso mediante el cual los costos unitarios de producción disminuyen cuando aumenta la cantidad de unidades producidas.

Impuestos locales: Impuestos que las empresas deben pagar en una región o país.

Rentabilidad: Obtención de más ganancias que pérdidas.

Volumen de producción: Cantidad de productos disponibles para la comercialización.

1.3 RESTRICCIONES Y PROHIBICIONES



A través del Decreto Legislativo 668, el Estado Peruano promueve la libertad de comercio exterior. Sin embargo, existen restricciones o prohibiciones para la exportación o importación de ciertos tipos de bienes o servicios.

Dichas restricciones o prohibiciones se decretaron teniendo en consideración aspectos de orden sanitario, de defensa del patrimonio cultural y del medio ambiente, de conservación y protección de la flora y la fauna nacional y de defensa del orden interno y seguridad del país.

EXPORTACIONES RESTRINGIDAS	EXPORTACIÓN PROHIBIDA
Obras de arte, réplicas de libros de más de 100 años (Ministerio de Cultura).	Animales vivos, fauna silvestre, lobos marinos, vicuñas, chinchillas, guanacos: Salvo que provengan de zoo-criaderos autorizados y tengan fines de exhibición o investigación.
Químicos utilizados en la elaboración de cocaína y pasta.	Alpacas y llamas vivas que hayan obtenido premios.
Restos humanos (Ministerio de Salud).	Semen de vicuña, guanaco y sus híbridos.
Especímenes de flora y fauna silvestre (Ministerio de Agricultura).	Orquídeas de todas las especies silvestres, salvo que provengan de viveros o invernaderos autorizados.
Armas, municiones y repuestos no de guerra (DICSCAMEC – Ministerio del Interior).	Piel en bruto, preparadas o cueros, de animales silvestres.
Explosivos, municiones de uso civil (DICSCAMEC – Ministerio del Interior).	Madera en bruto o sin aserrar, traviesas de cedro y caoba.
Cetáceos menores en cautiverio (Ministerio de la Producción).	Restos arqueológicos, objetos históricos y artísticos.
Productos restringidos en convenios internacionales.	

1.4 ACUERDOS COMERCIALES Y NORMAS INTERNACIONALES

De: Pablo Andrés (Chincha)
Para: Expoberto (PROMPERÚ)

Asunto: ¿Qué es un acuerdo internacional?

Hola Expoberto,
 El Ministro de Comercio Exterior y Turismo ha mencionado que se firmarán acuerdos comerciales con otros países, los que permitirán un gran crecimiento económico para el Perú. ¿Qué es un acuerdo comercial?

De: Expoberto (PROMPERÚ)
Para: Pablo Andrés (Chincha)

Asunto: RE: ¿Qué es un acuerdo internacional?

Estimado Pablo Andrés,
 Son contratos firmados entre dos o más países, mediante los cuales se negocian aspectos comerciales, aduaneros, monetarios, normativos, etc., para obtener ventajas competitivas y seguridad en el proceso del comercio exterior. También se negocian rebajas arancelarias para aplicar tarifas preferenciales y regímenes aduaneros que benefician a las partes contratantes.

También hay que tener en cuenta la existencia de **normas internacionales**. El derecho de comercio internacional surge como una **ley mercantil** que persigue el establecimiento de normas uniformes que regulen el comercio entre naciones a través de contratos internacionales, frente a problemas específicos tales como normatividades diferentes, transferencia de riesgo, transferencia de capitales, problemas con el tipo de cambio, etc.

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Arancel: Es un impuesto que deben pagar los bienes que son importados.

Regímenes aduaneros: Clasificación o trato que se le otorga a la mercancía que va a ser exportada o importada.

Tratados arancelarios: Pactos negociados referentes a los aranceles que pagan los productos en el extranjero.



MÁS INFORMACIÓN

Acuerdos comerciales del Perú:
www.mincetur.gob.pe

OJO

Las normas internacionales buscan homogenizar el comercio internacional, estableciendo soluciones permisibles a los problemas que se puedan originar.

1.5 FACTORES DE ÉXITO

De: Jorge (Moyobamba)
Para: Expoberto (PROMPERÚ)

Asunto: Condiciones para exportar con éxito

Hola Expoberto,
He identificado que a los asiáticos les encantan los sabores dulces y picantes en las comidas, por lo que tengo la idea de venderle a mi amigo Yerico de Japón mermeladas de rocoto. ¿Qué condiciones son necesarias para que mi proyecto exportador tenga éxito?

De: Expoberto (PROMPERÚ)
Para: Jorge (Moyobamba)

Asunto: RE: Condiciones para exportar con éxito

Estimado Jorge,
Son **cinco** los factores clave de éxito que debes tener en cuenta.
Aquí te los explico:

Demanda: Permite a la empresa conciliar su oferta versus las necesidades del mercado para poder identificar las opciones de aprovisionamiento y exportación. Para identificar y cuantificar la demanda comercial, se hace uso de herramientas de investigación y prospección de mercado.

Oferta: Permite a la empresa evaluar la capacidad de adaptación del bien o servicio que produce a la demanda del mercado internacional. Es por ello que para desarrollar una adecuada oferta exportable, la empresa debe optimizar sus procesos, ser competitiva en costos, determinar el precio a ofrecer y considerar las exigencias del mercado consumidor.

Asociatividad: Es una estrategia empresarial que permite optimizar los procesos de gestión, mejorar la negociación y obtener una adecuada oferta exportable. Es importante que el equipo formado tenga afinidad en los objetivos y comprenda la importancia de la inversión conjunta para el éxito empresarial.

Institucionalidad: Todo negocio debe conocer las instituciones, tanto públicas como privadas, que facilitan el proceso de exportación. Ello permitirá consolidar el negocio dirigiéndolo al éxito.

Valor agregado: Es el factor más importante en la negociación ya que le brinda un plus al bien o servicio al incrementar su valor en calidad y satisfacción hacia el consumidor, lo que finalmente le otorgará a la empresa posicionamiento en el mercado y una mejor imagen corporativa.

CAPÍTULO 2

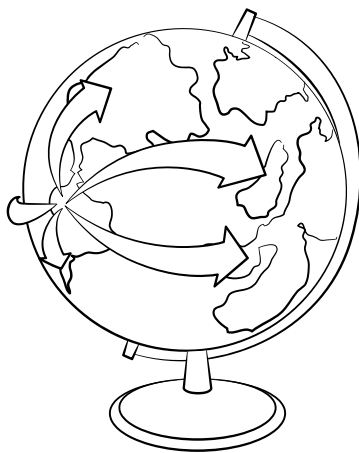
EL CAMINO A LA EXPORTACIÓN

EL CAMINO A LA EXPORTACIÓN

Si una empresa que siempre ha producido y vendido en el mercado nacional con mucha aceptación y está dispuesta a seguir creciendo, buscará tener presencia internacional.

El siguiente es un escenario típico en ese proceso de **internacionalización**:

- 1 **Una exportación ocasional**, por haber recibido algún pedido eventual.
- 2 **Una exportación experimental**: la empresa establece contactos con compradores extranjeros.
- 3 **Una exportación regular**: la empresa ha tenido éxito en su exportación experimental.
- 4 Instauración de filiales de venta en el país extranjero.
- 5 Instauración de filiales de producción, buscando producir en el país extranjero.



2.1 EL DIAGNÓSTICO EXPORTADOR

De: Diana (Pucallpa)
Para: Exporberto (PROMPERÚ)

Asunto: ¿Cómo determino si puedo exportar?

Hola Exporberto,
¿Cómo puedo saber si cuento con las condiciones necesarias para poder llevar mi producto a los mercados extranjeros?

De: Exporberto (PROMPERÚ)
Para: Diana (Pucallpa)

Asunto: RE: ¿Cómo determino si puedo exportar?

Estimada Diana,
Para medir esas condiciones, debes tener en cuenta la realización de un diagnóstico empresarial exportador que evaluará lo siguiente:

- La capacidad de producción con la que cuenta tu empresa, materia prima y tecnología, para que puedas cumplir con los pedidos que recibas desde el extranjero sin contratiempos.
- La capacidad de poder afrontar los costos y gastos de una exportación utilizando recursos propios en un entorno competitivo.
- La capacidad de poder financiarte de terceros para cubrir una necesidad en el proceso de exportación.
- La capacidad de posicionar competitivamente tu producto en el mercado internacional.

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Costos: Desembolso económico por efecto directo de la fabricación de un producto o servicio. Ejemplo: costo de la materia prima o de los insumos.

Gastos: Consumo de un recurso por efecto indirecto de la fabricación de un producto o servicio. Ejemplo: gastos de luz, agua, gas, etc.

Internacionalización: Acciones que realiza la empresa para generar la capacidad de expandirse fuera del país con la finalidad de obtener mayor rentabilidad.

Potencial exportador: Es la habilidad que tiene una empresa para desarrollar cultura exportadora y reconocer sus capacidades para enfrentar los retos del mercado internacional.

OJO

Contar con una oferta exportable no solo significa tener un producto competitivo, también involucra disponer de capacidades económicas, financieras y de gestión. Por ello, las condiciones descritas son fundamentales



MÁS INFORMACIÓN

Programas y talleres especializados de PROMPERÚ
www.siicex.gob.pe

2.2 EL PLAN EXPORTADOR

De: Juan Carlos (Tacna)
Para: Exporberto (PROMPERÚ)

Asunto: ¿Cómo planifico mis exportaciones?

Hola Exporberto,
 Gracias por tu orientación. Acabo de realizar un diagnóstico exportador de mi empresa y ya cuento con un producto de exportación. Ahora, ¿cómo planifico para llevarlo al mercado exterior con éxito?

De: Exporberto (PROMPERÚ)
Para: Juan Carlos (Tacna)

Asunto: RE: ¿Cómo planifico mis exportaciones?

Estimado Juan Carlos,
 Es difícil anticipar el éxito en el mercado internacional, pero sí se puede contar con una herramienta que reduzca los riesgos en la toma de decisiones. Para ello, es necesario desarrollar un plan de negocios de exportación, que dará respuesta a preguntas como:

- ¿Dónde estoy?
- ¿Adónde quiero ir?
- ¿Cómo llegar?
- ¿Qué exportar?
- ¿Adónde exportar?
- ¿Cómo exportar y con quién poder realizar alianzas?

El éxito de la exportación de un producto depende directamente de la identificación y manejo de los factores internos y externos, así como de las opciones estratégicas que elija la empresa.

Los factores internos determinan las capacidades que tiene la empresa para identificar aquellas fortalezas y debilidades.

Los factores externos determinan las oportunidades y amenazas por medio de factores económicos, sociales, políticos, tecnológicos, etc.

El plan de exportación mostrará la situación actual de la empresa, el análisis de mercado, el plan de marketing y el plan financiero.

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Amenaza: Circunstancia externa que puede ocasionar el fracaso en la ejecución de las actividades de una empresa.

Debilidad: Actividad que la empresa no realiza bien o recursos que necesita y no posee.

Fortaleza: Cualquier actividad que la empresa realiza bien o recursos que controla.

Oportunidad: Cualquier circunstancia externa que puede ocasionar beneficios y mejorar la rentabilidad de una empresa.



MÁS INFORMACIÓN

PROMPERÚ: Programa PLANEX

www.siiicex.gob.pe



2.3 EL ESTUDIO DE MERCADO

El diagnóstico exportador permite a la empresa conocer si se encuentra en condiciones de vender sus productos al extranjero. El plan exportador establece las pautas para iniciar y mantener esas ventas. Para saber a quiénes vender el producto (o servicio), es necesario llevar a cabo un estudio de mercado, cuyos objetivos son los siguientes:

- 1 **Saber** quiénes pueden ser nuestros clientes, sus gustos, necesidades, su nivel de ingresos, la cantidad de consumidores, el lugar geográfico y nuestros posibles competidores.
- 2 **Analizar** el entorno del país donde se venderá el producto y conocer cuáles son los factores económicos, políticos, culturales, tecnológicos, etc., que podrán influir en nuestra exportación.
- 3 **Para elegir** el país o países donde se desea exportar se debe responder a:
 - ¿Qué país o países demandan mi producto?
 - ¿Qué empresas de mi país exportan mi producto?
 - ¿Qué países son mis principales competidores?
 - ¿Hay disponibilidad de transporte?

4 : **Permitir** a la empresa implementar su plan de marketing (mix de marketing).

5 : **Una vez identificados** los clientes en el extranjero, la empresa podrá iniciar su ciclo de producción y comercialización.

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Ciclo productivo: Proceso por el cual una materia prima se transforma en un producto.

Mercado objetivo: Segmento del mercado al que va dirigido un producto.

Mix de marketing: Aplicación de las variables precio, producto, plaza y promoción para desarrollar una estrategia de ingreso o consolidación en el mercado.

OJO

La búsqueda, selección y clasificación de información permitirá disminuir riesgos de exportación. Es posible que cierta información tenga un costo determinado que será preciso cubrir.



MÁS INFORMACIÓN

Búsqueda de mercados
www.siiicex.gob.pe

Información estadística
www.sunat.gob.pe
www.siiicex.gob.pe

PROMPERÚ - Talleres
especializados
www.siiicex.gob.pe

CAPÍTULO 3

CONCEPTOS BÁSICOS

3

CONCEPTOS BÁSICOS

De: Pablo Andrés (Chincha)
Para: Exporberto (PROMPERÚ)

Asunto: El asunto del idioma

Hola Exporberto,

Gracias a tu ayuda y a la información que he recabado en los sitios en Internet que me recomendaste, he podido determinar que puedo exportar uvas a Estados Unidos. Sé que en inglés "uva sin pepa" se escribe "seedless grape", pero no estoy seguro cómo podrán identificar mis clientes el tipo de producto que les enviaré. ¿Cómo pueden entenderse dos personas de diferentes países, en relación a un producto que se está negociando?

De: Exporberto (PROMPERÚ)
Para: Pablo Andrés (Chincha)

Asunto: RE: El asunto del idioma

Estimado Pablo Andrés,

Cada producto posee un código numérico llamado partida arancelaria.

Es la unidad en que se divide la Nomenclatura del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías. Esta consiste en la descripción detallada de un producto con el objetivo de hacer más fácil su identificación y procesamiento aduanero. Internacionalmente las partidas están armonizadas a 6 dígitos. En el caso peruano, el código se compone de 10 dígitos.

También tienes que tener en cuenta la existencia de los Incoterms, que son normas internacionales que facilitan la compra y venta de productos y servicios entre empresas de diferentes países.

3.1 ARANCEL

Es un impuesto que paga el importador al introducir productos en un país. Estos impuestos se encuentran establecidos en el **Arancel de Aduanas**. Pueden ser de diversos tipos, entre los que destacan:

- 1 Ad-valorem (el más utilizado)
- 2 Específico
- 3 Compuesto
- 4 Mixto
- 5 Variable

3.2 CLASIFICACIÓN ARANCELARIA

Cuenta con más de 6,300 partidas agrupadas en 98 capítulos arancelarios, a su vez articulados en 21 secciones.

La clasificación arancelaria peruana consta de diez (10) dígitos, de los cuales los ocho primeros pertenecen a la NANDINA (nomenclatura usada por los países de la Comunidad Andina) mientras que los dos últimos son empleados para clasificar con mayor detalle los productos a nivel país.



3.4 INCOTERMS

Son un conjunto de términos y reglas que establecen las condiciones de compraventa internacional.

Su propósito es facilitar el comercio exterior y la integración del contrato de compraventa. Su objetivo es establecer un conjunto de términos y condiciones o reglas que determinen los derechos y obligaciones del vendedor y del comprador en el acto de comercio internacional, así como acordar el transporte a utilizar y lugar de entrega de la mercancía.

En conclusión, los Incoterms buscan principalmente orientar sobre la transferencia del riesgo entre comprador y vendedor, los costos y establecer la documentación requerida.

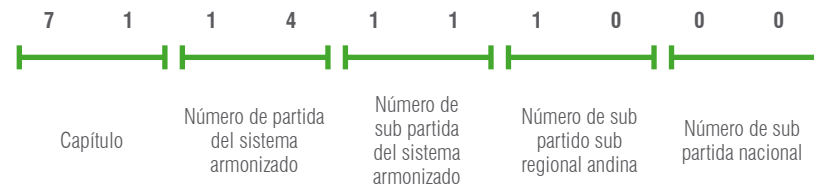
Los INCOTERMS 2010 se clasifican por grupo y tipo de transporte a utilizar:

TRANSPORTE	GRUPO	INCOTERM	SIGNIFICADO
MULTIMODAL	E	EXW	En fábrica
	F	FCA	Franco transportista
	C	CPT	Transporte pagado hasta
	C	CIP	Transporte y seguro pagado hasta
	D	DAT	Entrega en terminal
	D	DAP	Entrega en lugar
	D	DDP	Entrega derechos pagados
MARÍTIMO	F	FAS	Franco a costado de buque
	F	FOB	Franco a bordo
	C	CFR	Costo y flete
	C	CIF	Costo, seguro y flete

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Divisas duras: Grupo de monedas extranjeras cuyo valor se puede sostener sin grandes fluctuaciones frente a cambios económicos que se puedan presentar en el mercado internacional.

Ejemplo de partida arancelaria: Búho de mate burilado con aplicaciones de plata.
 Descripción: Artesanía realizada en mate, trabajado en la superficie (tallado-burilado-pintado) representando un búho, lleva aplicaciones de plata de 925 en el ojo y pico (4 gramos de plata).
Sub partida nacional: 7114.11.10.00.



3.3 PREFERENCIAS ARANCELARIAS

Son beneficios arancelarios que aplican los países en función a los convenios internacionales firmados entre los mismos. Pueden ser de tres tipos:



Ejemplo: Los beneficios que otorgaban al Perú la Unión Europea y los Estados Unidos a través del SGP Plus y el ATPDEA, respectivamente, antes de la firma de los tratados de libre comercio (TLC).

Ejemplo: Los TLC con Estados Unidos, China, México, etc.

Ejemplo: Entre miembros de bloques económicos como la Comunidad Andina, MERCOSUR, Unión Europea, etc.



MÁS INFORMACIÓN

Partida arancelaria
www.aduanet.gob.pe
www.siicex.gob.pe
www.perumarketplaces.com

Movimiento de partidas arancelarias
www.aduanet.gob.pe

OJO

- Los Incoterms regulan cuatro grandes problemas del comercio internacional: entrega de mercancías, punto de transmisión de los riesgos, distribución de gastos y trámite documentario.
- Con base en los Incoterms 2010 y en la estrategia y política de precios, se determina el precio de exportación.
- Analiza si tu empresa puede enfrentar y sostener ese precio en el mercado.
- Es muy importante conocer el precio de la competencia.
- Si vas a exportar por primera vez, se te recomienda contar con los servicios de un especialista en la cotización de precios de exportación.
- Los precios de exportación deben expresarse siempre en **divisas duras** (euros, dólares estadounidenses, etc.).

CAPÍTULO 4

GESTIÓN DE LA EXPORTACIÓN

4

GESTIÓN DE LA EXPORTACIÓN

De: Joaquín y Camila (Huancayo)

Para: Exporberto (PROMPERÚ)

Asunto: Consulta sobre precios de exportación

Estimado Exporberto,

Estamos viendo la posibilidad de exportar mates burilados a Europa.

Ya hemos identificado un par de clientes potenciales y nos gustaría saber

a qué precios tendremos que vender nuestros productos. ¿Cómo se realiza la cotización y la negociación con el intermediario? ¿Cómo y dónde podemos obtener financiamiento para llevar a cabo la exportación?

De: Exporberto (PROMPERÚ)

Para: Joaquín y Camila (Huancayo)

Asunto: RE: Consulta sobre precios de exportación

Estimados Camila y Joaquín,

La mejor forma de saber el precio exacto del producto es obteniendo información en el mercado de destino, encargándose a al agente, representante o a empresas especializadas en este tipo de información. Para ello, es necesario conocer a la perfección los costos de producción y tomar como referencia un punto de equilibrio para establecer el precio final.

Luego de incluir los costos y gastos internos, también hay que considerar los gastos de exportación, según los modos de transporte e Incoterms pactados. Ejemplo: etiquetado, paletizado, agenciamiento de aduanas, manipuleo de carga, etc.

4.1 DETERMINACIÓN DEL PRECIO

Un precio adecuado para exportar permite que el exportador, los intermediarios y los agentes de los canales de distribución tengan mejores oportunidades para concretar pedidos, cumplir los objetivos de ventas y obtener una utilidad satisfactoria.

Para ello, el exportador tiene que emplear una estrategia de precios para ingresar al mercado exterior, que debe considerar varios factores como la estructura de costos del producto y los precios en el mercado de destino.

4.2 COTIZACIÓN

Es el documento formal que establece el contacto con el cliente, a través del cual, en respuesta a su solicitud, se le informa lo siguiente:

- 1 : Las características del producto: denominación técnico-comercial, posición arancelaria, unidad de medida, cantidades a suministrar por partidas y totales, precio unitario, embalaje, etc.
- 2 : Los términos de venta (Incoterms), que implican las condiciones de la operación, condiciones de venta y de pago, monto total, modo de envío, puerto o lugar de embarque y de destino, y fecha posible de entrega, entre otros.
- 3 : Referencias de la empresa: con antecedentes comerciales.

El envío de cotizaciones puede realizarse vía fax, correo y medios electrónicos, entre otros.

4.3 NEGOCIACIÓN INTERNACIONAL

Es parte fundamental del proceso de contratación, porque en ella se va a especificar el contenido del contrato, estableciendo las obligaciones y derechos de las partes. Diversos elementos influyen en la negociación; por ejemplo, la naturaleza del contrato, los intereses económicos de las partes, la experiencia y la capacidad de persuasión de las partes, etc.

Es recomendable que antes de entrar a una negociación, los contratantes o futuros negociadores cuenten con suficiente información de sus intereses propios y los de la contraparte, a fin de detectar eventuales problemas que podrán solucionarse antes de la celebración del contrato.

Los intereses pueden ser muy diversos y variados, y son relevantes porque inciden directamente en el contenido de la oferta y demanda de los productos o servicios que se comercializarán.

4.4 AGENCIA DE ADUANAS

Es una compañía autorizada por la SUNAT para representar oficialmente a los consignatarios o dueños de la carga en los trámites de las operaciones de exportación y de importación.

4.5 FINANCIAMIENTO

La obtención de dinero para financiar el capital de trabajo se puede hacer mediante:

- 1 RECURSOS PROPIOS
 - Generados por la propia empresa a través de las operaciones de su negocio.

2

PROVEEDORES

El crédito se obtiene de las empresas o personas que proveen insumos a la empresa. Esto implica más días de plazo para pagar lo que se adquirió y, por lo tanto, menos recursos que la empresa o su propietario tienen que comprometer.

3

ENTIDADES FINANCIERAS

Otorgan préstamos a un determinado plazo, implicando el pago de una tasa de interés a favor de la entidad financiera.

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Embalaje: Todo aquello que envuelve, contiene y protege los productos envasados, y que facilita las operaciones de transporte y manejo de las mercancías.

Estrategia: Conjunto de acciones planificadas en el tiempo que se llevan a cabo para alcanzar un determinado objetivo.

Instituciones financieras: Entidades estatales o privadas que administran el dinero de terceros, reciben depósitos y otorgan préstamos.

Intermediarios: Agentes comerciales que enlazan las oportunidades de oferta y demanda.

Leasing: Arrendamiento financiero para adquirir maquinaria, equipo, vehículos, etc.



MÁS INFORMACIÓN

Asistencia técnica en costos y precios de exportación
www.siicex.gob.pe

Programas SEPYMEX / FOGEM
www.cofide.com.pe

OJO

Con el objetivo de apoyar a las pequeñas y medianas empresas (Pymes) exportadoras, el Estado ha creado un programa de coberturas de seguro, respaldando créditos de pre embarque con las instituciones financieras. El programa opera a través de un contrato de seguro, denominado Póliza SEPYMEX, que se suscribe entre las empresas del sistema financiero nacional que así lo decidan y el operador del programa (SECRES).

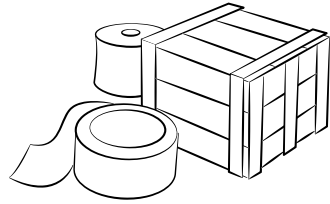
Por otro lado, existe también un fondo de garantías (FOGEM) para Pymes hasta por el 50% de los financiamientos para activo fijo, capital de trabajo y crédito pre y pos embarque. Otra forma de financiamiento es el leasing.

CAPÍTULO 5

TRASLADANDO EL PRODUCTO

5 TRASLADANDO EL PRODUCTO

5.1 EMBALAJE



De: Renato (Piura)
Para: Exporberto (PROMPERÚ)

Asunto: Embalaje

Buenos días,
Mi nombre es Renato y soy un agricultor piurano. He trabajado casi un año en la producción de mangos, bajo estándares de calidad internacional para exportarlos a Canadá por vía aérea. No tengo experiencia para transportar el producto y no sé bien el tipo de embalaje que utilizaré...

De: Exporberto (PROMPERÚ)
Para: Renato (Piura)

Asunto: RE: Embalaje y transporte

Estimado Renato,
Puedes ser asistido en PROMPERÚ con información sobre requisitos de envases y embalajes para la exportación de mangos a Canadá y otros mercados. También, puedes consultar a entidades especializadas en materia de envases y embalajes para conocer las alternativas más adecuadas con relación a la naturaleza y presentación del producto que piensas exportar.

Luego, puedes acudir a una agencia de carga u operadores logísticos para obtener información sobre requerimientos de transporte y almacenamiento para que los mangos lleguen en estado óptimo a Canadá.

OJO

El exportador debe conocer las normas y especificaciones sobre envases, embalajes y marcado de productos a exportar.

En caso contrario, lo mejor es acudir a un organismo competente.

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Agencia de carga: Empresa que se dedica al desarrollo del transporte, consolidación y manipuleo de carga y presta servicios dentro de las zonas primarias aduaneras.



MÁS INFORMACIÓN Instituto Peruano de Envases y Embalajes (IPENBAL)
ipenbal@ipenbal.com

Directorio de fabricantes de envases y embalajes
www.mincetur.gob.pe/comercio/ueperu/consultora/docs_taller/

Cámara de Comercio de Lima (CCL)
Sociedad Nacional de Industrias (SNI)
Asociación de Exportadores del Perú (ADEX)

INDECOPI
www.indecopi.gob.pe

PROMPERÚ: Regulaciones y acceso a mercados
www.siiicex.gob.pe

5.2 TRANSPORTE INTERNACIONAL

Es importante conocer los diferentes medios de transporte que existen para transportar las mercancías a nuestro mercado objetivo y elegir el más idóneo para la exportación.

El transporte internacional es el traslado de carga de un lugar situado en un país hasta otro lugar situado en un país distinto, efectuado en una forma tal que la mercancía llegue a su destino en las condiciones contratadas entre el usuario del servicio y el transportista.

MODO DE TRANSPORTE	VENTAJAS	DESVENTAJAS
MARÍTIMO	<p>Capacidad: Tienen un alto volumen de carga.</p> <p>Competitividad: Fletes más bajos por el alto volumen de carga.</p> <p>Flexibilidad de carga: Existe gran variedad de modalidades disponibles.</p> <p>Continuidad de operaciones: El exportador tiene seguridad a la hora de planificar el transporte.</p>	<p>Accesibilidad: Los buques están solo disponibles en los puertos y el exportador generalmente no está cerca de ellos.</p> <p>Embalaje: Debe ser resistente y duradero, lo cual resulta más costoso.</p> <p>Lentitud: La velocidad de los buques es muy lenta.</p> <p>Frecuencia: Es menor, ya que son lentos y las cargas son grandes.</p>

AÉREO	<p>Rapidez: Genera un buen servicio en la entrega. Oportuno para productos perecederos.</p> <p>Embalaje: No tienen que ser especializados y son más livianos.</p> <p>Inventarios bajos: Por la alta frecuencia de los viajes.</p>	<p>Límites en su capacidad: La capacidad máxima para naves de pasajeros es de hasta 35 TM. y 105 TM. para cargueros.</p> <p>Costo unitario: Fletes muy costosos.</p> <p>Artículos peligrosos: Tienen gran dificultad para ser trasladados por esta modalidad.</p>
TERRESTRE	<p>Rapidez: Relativamente rápidos.</p> <p>Frecuencias: Tienen una frecuencia estable y regular.</p> <p>Servicio: Pueden dar el servicio de puerta a puerta.</p>	<p>Límites: Se limita a países limítrofes.</p> <p>Riesgos: El riesgo de siniestro, robo, etc. es mayor a los otros medios de transporte.</p>
MULTIMODAL	<p>Logística: Se tiene un solo operador logístico para gestionar todos los gastos operativos y de traslado.</p>	<p>Lentitud: Demora en la operación ya que el operador multimodal espera la intervención de cada enlace para que la mercancía llegue a su destino.</p>

OJO

Las micro y pequeñas empresas pueden utilizar como transporte los servicios de correo postal, con un límite de hasta 30 kg por envío (Exporta Fácil).



MÁS INFORMACIÓN

PROMPERÚ

www.siicex.gob.pe

Exporta Fácil

www.serpost.gob.pe

Asociación Marítima del Perú (ASMARPE)

www.asmarpe.org.pe

Asociación de Empresas de Transporte Aéreo Internacional (AETAI)

www.aetai.org

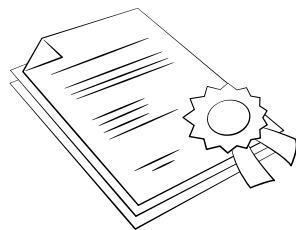
Asociación Peruana de Agentes de Carga Internacional (APACIT)

www.apacit.com.pe

CAPÍTULO 6

DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN

DOCUMENTOS DE EXPORTACIÓN



6.1 DOCUMENTOS Y CERTIFICADOS

De: Diana (Pucallpa)
Para: Exporberto (PROMPERÚ)

Asunto: Documentos y certificados

Estimado Exporberto,
Tengo dos consultas más. Primero, al momento de enviar mi producto al extranjero, ¿con qué documentos tengo que contar? Segundo, he establecido contacto con compradores extranjeros para exportar una variedad de productos agrícolas. Las autoridades competentes me han dicho que tengo que contar con un certificado de origen además de un certificado fitosanitario. ¿Me puedes ayudar con esta información? Mil gracias.

De: Exporberto (PROMPERÚ)
Para: Diana (Pucallpa)

Asunto: RE: Documentos y certificados

Estimada Diana,
¡Qué bueno que ya estés preparada para exportar! Con respecto a los documentos, debes presentar una factura comercial (commercial invoice), emitida por ti o tu empresa a nombre del importador, donde se detalla la mercancía, el precio y las condiciones de venta.

También existe un documento llamado lista de empaque (packing list) donde se proporciona el detalle de todas las mercancías embarcadas o sus componentes.

Luego, tienes que presentar la Declaración Aduanera de Mercancías (DAM) debidamente tramitada y el documento de transporte que señala la propiedad de la mercancía y confirma su recepción en las condiciones según las cuales se ha efectuado el transporte.

Todos estos documentos deben acompañar los productos a embarcar y en caso superen el valor de US\$ 5,000 (cinco mil dólares estadounidenses), deben ser presentados por el agente de aduanas ante la SUNAT. De lo contrario, tú misma puedes hacer esta gestión ante la aduana aérea, marítima o terrestre, dependiendo del medio de transporte que utilices para tu exportación.

Asimismo, para que puedas contar con los certificados que te han solicitado, necesitas acudir a las entidades que los emiten, dependiendo del tipo de producto que vas a exportar. En el archivo que adjunto, encontrarás la lista de certificados y de las entidades que los expiden.

DATOS PARA LA FACTURA COMERCIAL (COMMERCIAL INVOICE):

- Nombre y dirección completa del exportador.
- Información de localización.
- Número, lugar y fecha de emisión.
- Consignatario (información completa).
- Datos del transportista o de quien recibirá la mercancía.
- Cantidad.
- Descripción de productos.
- Precio unitario.
- Importe (en la moneda pactada para la transacción).
- Incoterm pactado.
- Forma de envío de las mercancías.

DATOS PARA LA LISTA DE EMPAQUE (PACKING LIST):

- Referencia a factura y pedido.
- Número de bultos por tipo de mercancías.
- Números asignados.
- Contenido de cada bulto.
- Dimensiones exteriores de los bultos.
- Peso bruto unitario.
- Embalaje.
- Marcas y números utilizados.
- Número total de bultos.
- Volumen total.
- Peso bruto total.
- Peso neto total.

Dependiendo del tipo de transporte que se utilizará, se debe presentar los siguientes documentos:

TIPOS DE DOCUMENTOS DE TRANSPORTE

- Documento de transporte marítimo: Conocimiento de embarque (bill of lading).
- Documento de transporte aéreo: Guía aérea (airway bill).
- Documento de transporte terrestre: Carta porte.

LISTADO DE CERTIFICACIONES

- 1** CERTIFICADO DE ORIGEN

Sirve para acreditar y garantizar el origen de las mercancías exportadas y beneficiarse de las preferencias arancelarias que otorga el país importador.
- 2** CERTIFICADOS FITOSANITARIO Y ZOOSANITARIO

Se utiliza para permitir el ingreso de insumos o productos de origen vegetal o animal de un país exportador al mercado de destino.
- 3** CERTIFICADO SANITARIO – SANIPES

Para exportar recursos y/o productos pesqueros.
- 4** CERTIFICADO SANITARIO OFICIAL DE EXPORTACIÓN PARA ALIMENTOS Y BEBIDAS

Para exportar alimentos procesados.
- 5** CERTIFICADO CITES DEL MINISTERIO DE AGRICULTURA

Para salvaguardar la exportación de recursos naturales en peligro de extinción.
- 6** CERTIFICADO DEL MINISTERIO DE CULTURA

Para exportar réplicas de nuestro patrimonio cultural.

- 7** OTRAS CERTIFICACIONES QUE PUEDEN SER REQUERIDAS POR EL IMPORTADOR:

 - Certificación orgánica.
 - Certificado BPMM (Buenas prácticas de mercadeo y manufactura).
 - Certificación de Comercio Justo.
 - Inspecciones pre y post embarque, etc.

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Declaración Aduanera de Mercancías (DAM): Formato oficial exigido por la SUNAT en las exportaciones de mercancías con carácter comercial que sean superiores a los cinco mil dólares estadounidenses (US\$ 5,000).

Declaración Exporta Fácil (DEF): Declaración aduanera para hacer exportaciones a través del sistema Exporta Fácil.

Declaración Simplificada de Exportación (DSE): Declaración aduanera utilizada para la exportación definitiva de mercancías cuyo valor FOB no exceda los US\$ 5,000, según la RSNA 0162-2011-/SUNAT.

OJO

La solicitud de certificados dependerá de los requisitos técnicos de las entidades competentes del país importador.

MÁS INFORMACIÓN

Certificado de origen: CCL, ADEX y SNI. Certificado fitosanitario, SENASA
www.senasa.gob.pe

Certificado sanitario para alimentos y bebidas industrializadas:
www.digesa.minsa.gob.pe

Certificación orgánica:
 INDECOPI
www.indecopi.gob.pe

PROMPERÚ: Programa de Buenas Prácticas de Mercadeo y Manufactura

PROMPERÚ: Programa de Comercio Justo

COMMERCIAL INVOICE / FACTURA COMERCIAL

Company Name / Nombre de la compañía: Cia. Manufacturera Intl.		Invoice / Factura Comercial #: 006					
		Reference No. / No. Orden: AA-006BB-8					
		FedEx Express Air Waybill / Guía Aérea: 40069368891					
Ship from / Envío de		Ship to / Envío de					
Name / Nombre: Marco Mariani		Name / Nombre: R & W Manufacturing / Mr. Jose Martinez					
Address / Dirección: Piso 2		Address / Dirección: 117587 Scenic Drive					
City, State, Zip / Ciudad, C. Postal: Buenos Aires (1006) Argentina		City, State, Zip / Ciudad, C. Postal: Miami, Florida 33555 USA					
Phone / Teléfono: 555-555-5555 Fax: 111-888-5522		Phone / Teléfono: 111-888-5555 Fax: 111-888-5522					
Third party shipment / Envío a tercera persona		Check one / Seleccione uno					
Name / Nombre:		<input type="checkbox"/> CIF Country of Export / País de Exportación: Argentina					
Address / Dirección:		<input type="checkbox"/> FOB Country of Manufacture / País de Fabricación: Argentina					
City, State, Zip / Postal:		<input type="checkbox"/> C&F Country of Destination / País de Destino: USA					
Phone / Teléfono:		<input type="checkbox"/> Currency / Moneda: US Dollars					
PACKAGE INFORMATION / INFORMACIÓN DEL (LOS) PAQUETE(S)							
Qty / Cantidad	Unit Measure / Unidades	Type of Pkgs. / Tipo de paquetes	Nº of Pkgs. / Nº de paquetes	Unit Value / Valor Unitario	Commodity Description / Descripción del Producto	Weight / Peso	Total Value / Total Valor
30	Ea.	Box	3	7.5	Parts and accessories for photographic cameras. - 9006.9 harmonized code	75 Lb	225
45	Ea.	Box	5	10.5	Cameras with through-the-lens viewfinder, for roll film of a width not exceeding 35 mm, not cinematographic. - 9006 harmonized code	80 Lb	500
Total Number of Packages / Número total de Paquetes:			8	Total		155 Lb	725



INTERNATIONAL ANALYTICAL SERVICES S.A.C

Av. La Marina 3035 - San Miguel - Lima - Perú - SUDAMERICA
 Telfs. (51-1) 576-2534 / 578-2624 Fax: (51-1) 578-2620
 post Box 3551 - Lima 1 - Perú Email: Inassa@inassagroup.com.pe Web: www.inassagroup.com
 PAITA- PIURA: Jr. Junin 560 - Telefax: 874-611301 - E-mail: inassachimbote@webhoude.com.pe

CERTIFICATE OF SANITARY SALMONELLA DESINFECTATION AND CLEANLINESS N° 0000/0000/C

SHIPPER:
DESCRIPTION OF GOODS:
STACKS:
DATE OF PRODUCTION:
DATE OF SAMPLING:
DATE OF ANALYSIS:
DATE OF SHIPMENT :
DATE OF INSPECTION:
VESSEL
PORT OF LOADING:
PLACE OF DELIVERY:
PORT OF DISCHARGE:
CONSIGNEE:
NOTIFY PARTY:
B/L N°:
INSPECTION MADE BY: INTERNATIONAL ANALITICAL SERVICES S.A.C.

WE HAVE INSPECTED THE PARCEL ABOVE MENTIONED AND WE HEREBY CERTIFY THAT:

CERTIFICATE OF SANITARY:
 SAMPLES HAVE BEEN TAKEN FROM THE ABOVE PARCEL FOR THE PURPOSE OF BACTERIOLOGICAL ANALYSIS OUR ANALYSIS CONFIRMS THAT THE GOODS ARE FREE FROM SALMONELLA AND SHIGUELLA AT TIME OF LOADING.

CERTIFICATE OF SALMONELLA:
 SAMPLES HAVE BEEN TAKEN FROM THE ABOVE PARCEL FOR THE PURPOSE OF BACTERIOLOGICAL ANALYSIS OUR ANALYSIS CONFIRMS THAT THE GOODS ARE FREE OF SALMONELLA AT TIME OF LOADING.

CERTIFICATE OF DESINFECTAION AND CLEAN LINESS:
 WE CERTIFY THAT THE CONTAINERS HAVE BEEN DESINFECTED BEFORE LOADING OPERATIONS AND AFTER COMPLYING WITH ALL RECOMMENDATIONS. THE CONTAINERS ARE IN SATISFACTORY OPERATING CONDITION. THEY WERE FOUND FIT TO RECEIVE THE ASSIGNED CARGO OF PERUVIAN FISHMEAL.

This Certificate is issued at Lima, Perú on 2001

CHIEFF CERTIFICATION DIVISION



Signature of shipper/exporter / Firma del Remitente

Date / Fecha:

CERTIFICATE

CERTIFICATE N°: 0804240EU-022008
REGISTRATION N°: CU 804240

Field of attention
**Organic production methods
Organic EU2092/91**

Issued to:
**MACHU PICCHU TRADING S.A.C.
Lima, PERÚ
Project in: PERÚ**

Standard:
Regulation (EEC) N° 2092/91 on organic production of agricultural products and indications referring thereto on agricultural products and foodstuffs, including the amending regulations, and/or Control Union Certifications (CU) Inspection Regulations.

VALID UNTIL: 2 July 2009

Control Union Certifications declares to have inspected the unit(s), and/or product(s) of the above mentioned client, and have found them in accordance with the standards mentioned above.

This certificate covers the unit(s), and/or product(s) as mentioned in the authenticated annex of this certificate.

This certificate is in force until further notice, provided that the above-mentioned client continues meeting the conditions as laid down in the client contract with Control Union Certifications.

Based on the annual inspections that Control Union Certifications performs, this certificate is updated and kept into force.

Date of certification:

16 April 2008
Place and date of issue:
Lima, 29 May 2008



Declared by:

On behalf of the managing Director
Miss C. Perez
certifier

Control Union Certifications
P.O. Box 164
8000 AD Zwölle
The Netherlands
<http://www.controlunion.com>
tel.: +31(0)38-4260100

CONTROL UNION CERTIFICATIONS

CONTRATO DE COMPRA - VENTA DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS

Conste por el presente documento, el Contrato de Compra Venta que celebran de una parte (Nombre del vendedor), empresa constituida bajo las leyes de, inscrita en la ficha en el Registro de Empresas, señalando domicilio para efectos del presente contrato en, debidamente representada por el señor, identificado con (a quien en adelante se le denominará “**El Vendedor**”); y, de la otra parte, (Nombre de la empresa) identificada con, señalando domicilio para efectos del presente contrato en (dirección de la empresa), debidamente representada por el señor (Nombre del representante), identificado con (.....) según poder inscrito en (.....) (a quien en adelante se le denominará “**El Comprador**”), en los términos y condiciones siguientes:

ANTECEDENTES

1.1. (Nombre de la empresa vendedora) es una sociedad constituida por escritura pública de fecha (.....) extendida ante el Notario Público de Lima Dr. (.....), cuyo objeto social es (.....).

1.2. (Nombre de la empresa compradora) es una Sociedad constituida por escritura pública de fecha (.....), otorgada por el Notario Público, cuyo objeto social es (.....).

PRIMERA: (OBJETO DEL CONTRATO)

Teniendo en consideración las actividades que cada una de las partes realiza, éstas dejan constancia por el presente documento, que consienten en celebrar un Contrato de Compra Venta, mediante el cual, “El Comprador” se compromete a pagar la mercancía enviada una vez recibida en el lugar designado por ambas partes.

“**El Vendedor**” se compromete a enviar la mercancía señalada en el Anexo 1 al lugar determinado por ambas partes en el plazo indicado por “**El Comprador**”.



REPÚBLICA DEL PERÚ
 MINISTERIO DE AGRICULTURA
 Servicio Nacional de Sanidad Agraria
 SENASA - PERU

Formato N° 002-DGSA-DDZ
 N°:

CERTIFICADO ZOOSANITARIO / HEALTH CERTIFICATE	
Exportador/Exporter	Importador/Importer
Dirección/Address	Pais de destino/Country of destination
Puerto de Salida/Port of exit	Puerto de Entrada/Port of entry
Tipo de transporte/Type of transport	N° de animal es o cantidad y peso de paquetes/n° of animales or quantity of packages
Descripción del envío/ Description of goods	
Información Adicional/Additional information	
Lugar de Emisión /Place of Issue	Fecha de Emisión/Date
Firma del Inspector Oficial/Official Inspector Signature	Sello Oficial/Official Stamp

54:43

COPYEXPO-5602-000001

Créd. Export
 N°:



Authentication Result: Correct with current key

-----Instance Type and Transmission-----

Copy received from SWIT
 Priority : Normal
 Message Output Reference : 0854 060307 PEPLAXXX3419175210
 Correspondent Imput Reference : 1504 060307
 BNPAMOMXAXXX0477002924

-----Message Header-----

Swift OUTPUT : FIN 700 Emission credito documentario
 Sender : BNPAMPXXXX
 BNP PARIBAS MACAU BRANCH
 MACAU MO
 Receiver : PEPLXXX
 BANCO
 LIMA PE

-----Message Text-----

27: Número del mensaje y total
 1/1
 40A: Forma del credito documentario
 IRREVOCABLE
 20: Número del credito documentario
 105076MC
 31C: Fecha de emision
 060307
 31D: Fecha y lugar de expiracion
 060405 IN BENEFICIARY'S COUNTRY
 50: Solicitante
 MENG FAT MAO IEK HONG
 RUA DE FRANCISCO XAVIER PEREIRA
 N° 147 "B" MACAU
 59: Beneficiario - Nombre/Direccion
 S.A.C.
 Av.
 Urb.
 LIMA PERÚ
 32B: Moneda e importe
 Currency: USD (US DOLLAR)
 Amount : #133,400.#
 39A: Tolerancia pctaje impte credito
 10/10
 41D: Entidad/modalidad - Nombre/direc
 ANY BANK
 BY NEGOTIATION
 42C: Condiciones para librar letras
 SIGTH
 42A: Librado - BIC
 BNFAMOX
 BNF PARIBAS MACAU BRANCH
 MACAU MO
 43P: Expedición parcial
 ALLOWED
 43T: Transbordo
 ALLWED
 44A: Cargar/entregar/recibir en/de...
 CALLAO, PERÚ
 44B: Para transportar a...
 LELTU, SHUNDE/SHANGAI, CHINA
 44C: Fecha limite de expedición
 060315
 45A: Dcpción bienes y/o servicios
 COMMODITY
 PRICE SIZE QUANTITY
 (M3) (USD/M3)
 FOR SHIPMENT TO LELIU, SHUNDE, CHINA:
 CUMARU, A GRADE, KD 19x130x600/750/900MM 40 865
 (MIN. 70 PCT IN 900MM)
 CUMARU, B GRADE, KD 19x70/80x600/750/900MM 20 295
 (MIN. 70 PCT IN 900MM)
 CUMARU, B GRADE, KD 19x130x600/750/900MM 20 995
 (MIN. 35 PCT IN 900MM)



CUMARU, A GRADE, KD 19x130x600/750/900MM 40 550
(MIN. 70 PCT IN 900MM)

FOR SHIPMENT TO SHANGAI, CHINA:

CUMARU, A GRADE, KD 19x100x600/750/900MM 40 785
ESTORAQUE, A GRADE, KD
19x100x600/750/900MM 20 780

TOTAL : 9x20 CNTR
FOB CALLAO, PERÚ

Documentos necesarios

-BENEFICIARY'S SIGNED COMMERCIAL INVOICE IN TRIPLICATE PLUS
ONE PHOTOCOPY SHOWING CONTAINER N°. COMMODITY AND B/L N°.
-PACKING LIST IN TRIPLICATE SHOWING CONTAINER N°. COMMODITY AND

B/L N°.
-FULL SET OF ORIGINAL CLEAN ON BOARD OCEAN BILLS OF LADING
MARKED "FREIGHT COLLECT IN HONG KONG MADE OUT
TO ORDER ENDORSED IN BLANK AND NOTIFY APPLICANT WITH NAME AND
FULL ADDRESS ATTN: MS. HUANG: (0086) 760-7735033/MS. WU
13802687117 OR IN SHANGHAI, CHINA ATTENTION: MS. ZENG
TEL: (0086) 21-29776728 AND MUST INDICATE NAME, ADDRESS, TEL

N°.
AND FAX N°. OF THE SHIPPING AGENT IN HONG KONG AND SHANGHAI,
CHINA

-PHYTOSANITARY CERTIFICATE IN ONE ORIGINAL AND 2 COPIES
AND SHOWING CONTAINER N°.
-CERTIFICATE OF ORIGIN IN ONE ORIGINAL AND 2 COPIES
AND SHOWING CONTAINER N°.

47A: Otras condiciones

-A FREE OF USD50.00 OR ITS EQUIVALENT WILL BE DEDUCTED FROM
THE PROCEEDS OF EACH SET OF DISCREPANT DOCUMENTS, WHICH
REQUIRE OUR OBTAINING ACCEPTANCE FROM APPLICANT.
-TEN PERCENT TO BE COVERED BY APPLICANT.
-BILL OF LADING MUST NOT SHOW THIS L/C N°.
-PHYTOSANITARY CERTIFICATE, CERTIFICATE OF ORIGIN, B/L AND
PACKING LIST MUST NOT MENTION UNIT PRICE AND ANY VALUE
OF GOODS.

-DOCUMENTS DISPOSAL CONDITIONS DISCREPANT DOCUMENTS
PRESENTED WILL BE REJECTED AND HELD AT THE PRESENTER'S DIS-

POSAL
-HOWEVER, IF OUR TRADE SERVICES DEPARTMENT DOES NOT ACTUALLY
RECEIVE THE PRESENTER'S INSTRUCTION TO RETURN THE DOCUMENT'S

BY
-THE TIME THE APPLICANT HAS ACCEPTED AND/OR PAID FOR THE
DOCUMENTS, WE, AT OUR SOLE DISCRETION, MAY RELEASE THE
DOCUMENTS, TO THE APPLICANT WITHOUT REFERENCE TO THE PRESENTER.
IF THE DOCUMENTS ARE SO RELEASED, WE SHALL BE DEEMED TO HAVE
ACCEPTED THE DOCUMENTS BUT SHALL NOT BE UNDER ANY OTHER
OBLIGATIONS TO THE BENEFICIARY, NEGOTIATING BANK, PRESENTER OR
ANY PARTIES.

Gastos

ALL BANKING CHARGES OUTSIDE
MACAU ARE FOR ACCOUNT OF
BENEFICIARY

Periodo de presentación

DOCUMENTS TO BE PRESENTED WITHIN 21
DAYS AFTER THE DATE OF SHIPMENT
BUT WITHIN THE VALIDITY OF THE
CREDIT

Instrucciones de confirmacion

WITHOUT

Ins bco que paga/acepta/negocia

NEGOTIATING BANK MUST FORWARD ALL DOCUMENTS TO US IN ONE LOT
-(OUR ADDRESS: N° 51 AVENIDA ALMEIDA RIBEIRO, CENTRAL PLAZA.
10 ANDAR, C, MACAU)
-REIMBURSEMENT UNDER THIS L/C, IF APPLICABLE, IS SUBJECT TO
ICC URR 525
-UPON RECEIPT OF DOCS CONFORMING TO THE TERMS AND CONDITIONS OF
THIS CREDIT, WE SHALL PAY THE PROCEEDS AS DESIGNATED.
-EXCEPT AS OTHERWISE STATED OR MODIFIED, THIS CREDIT IS SUBJECT
TO THE UCP 500

Aviso otro banco - Nombre/Direc

FOR YOUR OFFICE AT AV.
SAN ISIDRO LIMA

PERÚ

CAPÍTULO 7

MEDIOS DE PAGO

MEDIOS DE PAGO

De: Jorge (Moyobamba)
Para: Exporberto (PROMPERÚ)

Asunto: Formas y medios de pago

Hola Exporberto,
 Ya estoy por comenzar a exportar, gracias por toda tu ayuda.
 Quisiera consultarte lo siguiente: ¿En qué momento recibiré el pago por a exportación que efectué?
 ¿Qué formas y medios de pago existen?

De: Exporberto (PROMPERÚ)
Para: Jorge (Moyobamba)

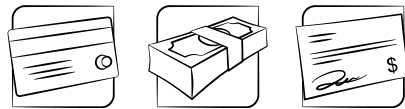
Asunto: RE: Formas y medios de pago

Estimado Jorge,
 Con respecto a las formas de pago, una vez establecido el precio de venta del producto a exportarse, deberás definir con tu cliente (el importador) el momento en que se cancelará el importe:

- **Adelantado:** Primero se envía el dinero y después la carga.
- **Diferido:** Primero se envía la carga y después el dinero.
- **Mixto:** Combinación de las anteriores.

En cuanto a los medios de pago, existen muchas formas de entregar el dinero al exportador (efectivo, cheque, letras, tarjetas de crédito, remesas, giros), pero es frecuente hacerlo con ayuda de los bancos. Dependiendo del monto y la confianza que hay entre las partes, se pueden identificar algunas modalidades (ver archivo adjunto).

7.1 PRINCIPALES MEDIOS DE PAGO



I.- PAGO EN EFECTIVO PERSONAL

Se puede realizar cuando el importador se encuentra en el país del exportador y puede hacer el pago en persona y en efectivo. En este caso habrá que tener cuidado con la idoneidad de la moneda con la que el importador pagará para evitar la falsificación.

II.- PAGO CON CHEQUE

Dependerá del banco; si es del país del exportador será menos riesgoso, pero se debe tener cuidado con los bancos extranjeros desconocidos. Adicionalmente, debe prestarse atención a los aspectos formales del cheque. Por ejemplo, que esté bien emitido, que las firmas y fechas sean correctas, etc. Se debe tener en cuenta, finalmente, que el cheque viene a ser una orden de pago.

III.- PAGO CON LETRAS

Existe la posibilidad de utilizar títulos valores, siempre y cuando se cumpla con la formalidad del país donde se están emitiendo. El Perú cuenta con una ley de títulos valores para los casos en que se tenga una garantía de cumplimiento de pago, ya que la letra es considerada un compromiso de pago.

VI.-PAGO CON TARJETA DE CRÉDITO

Modalidad difundida para operaciones no muy grandes (menores a US\$ 2,000). Debido a su alto costo de operación, el exportador deberá contar con un contrato previo con algún operador de tarjetas de crédito.

V.- PAGO CON REMESAS

Esta modalidad consiste en enviar por lo general cantidades menores a US\$ 1,000, dinero que es generado por personas naturales. Una de las ventajas es que no se requiere la tenencia de cuentas bancarias ni requisitos previos. Para hacerlo, se utiliza a empresas de pago inmediato como Western Union o Money Gram.

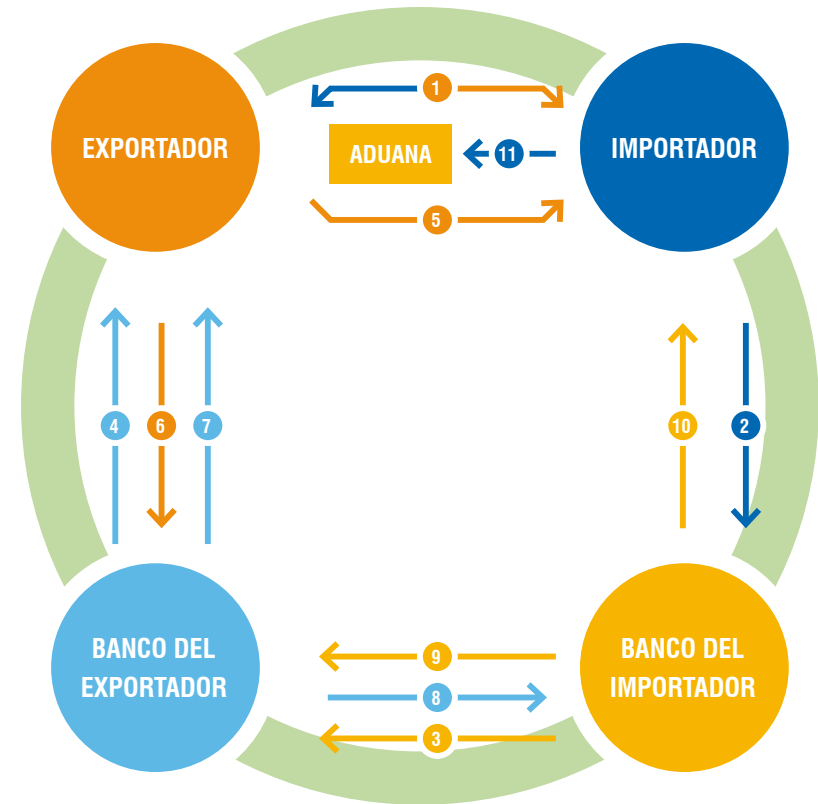
VI.-PAGO CON TRANSFERENCIA DE CUENTA A CUENTA

En este caso, tanto el exportador como el importador deben contar obligatoriamente con cuentas bancarias para que el comprador ordene la transferencia de dinero del banco de origen al banco de destino. La mayor ventaja es que la transacción queda adecuadamente registrada, lo que resulta muy efectivo para efectos contables y legales.

VII.-PAGO CON DOCUMENTOS EN COBRANZAS

Si se elige esta modalidad, el exportador debe financiar la operación para la adquisición de materias primas e insumos, preparar la carga y embarcar la mercancía. Finalmente, deberá obtener los documentos pactados con el importador, tales como:

- Factura comercial.
- Póliza de seguros.
- Conocimiento de embarque, guía aérea o carta porte.
- Certificado de origen.
- Otros.



REFERENCIA:

- 1 Contrato de compra venta internacional.
- 2 Apertura de la carta de crédito a favor del exportador.
- 3 Envío de la carta de crédito al banco del exportador.
- 4 Notificación de la carta de crédito al exportador.
- 5 Embarque de la mercancía.
- 6 Entrega de los documentos de exportación.
- 7 Pago al exportador (cuando la carta de crédito es "a la vista").
- 8 Envío de los documentos al banco del importador.
- 9 Reembolso entre bancos.
- 10 Entrega de documentos al importador, encargado de efectuar el pago.
- 11 Retiro de la mercancía en la aduana por parte del importador.

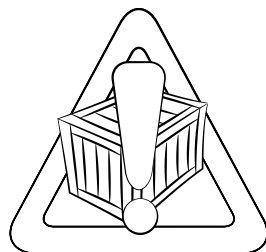
7.2 CARTA DE CRÉDITO

Es una de las modalidades más conocidas en el comercio exterior. También llamada letter of credit (L/C), es similar a los documentos en cobranza, con la diferencia de que en este caso los bancos sí tienen responsabilidad por la idoneidad de los documentos, para lo cual deben dar su visto bueno antes de proceder a la autorización de pago. Está basada en la publicación N° 600 de la ICC (International Chamber of Commerce).

Las cartas de crédito se utilizan para operaciones cuyos valores pueden ser sumamente importantes, pues es el medio de pago más seguro y equitativo que existe.

7.3 RIESGOS

Es recomendable que el exportador solicite una póliza de seguros del tipo Secrex (Seguro de Crédito a la Exportación), que cubre el riesgo de no pago de parte del importador, con lo cual el exportador podrá realizar su operación con una mejor cobertura del riesgo financiero.



El Secrex se utiliza para montos que el exportador considere que puede manejar el riesgo financiero, por ejemplo, con un máximo de US\$ 20,000.

El riesgo también puede ser de tipo cambiario. Para contrarrestarlo, puede utilizarse un contrato forward.

También es importante que el exportador acuda a verificadoras de riesgo para obtener información sobre sus clientes.

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Cheque: Documento por el cual se ordena el pago de una suma de dinero a la persona cuyo nombre figura en el mismo.

Forward: Acuerdo de compra o venta de moneda donde se establece el precio que se pagará en una fecha futura, protegiendo a las partes de la volatilidad del tipo de cambio.

Reembolso: Es el pago de una deuda, incluyendo la suma principal que fue prestada más los intereses acordados.

Remesas: Son las transferencias de ingresos acumulados por migrantes individuales que se envían a sus países de origen.



MÁS INFORMACIÓN

Dun & Bradstreet Peru
www.dnbperu.com.pe

COFACE Peru
www.coface.com.pe

CAPÍTULO 8

SERVICIO POST-VENTA

SERVICIO POST-VENTA

De: Joaquín y Camila (Huancayo)
Para: Exporberto (PROMPERÚ)

Asunto: Pedidos adicionales del cliente

¡Saludos, Exporberto!
 Hemos hecho nuestra primera exportación de mates burilados (a España). Hace poco recibimos una llamada telefónica de nuestro comprador y nos contó que los mates habían llegado en perfecto estado pero hubiese querido además que incluyésemos una pequeña reseña histórica para cada uno. El costo de las reseñas no es tan significativo aunque no estaba contemplado en el contrato de compraventa internacional. ¿Crees que debemos adicionar esa información en nuestros próximos envíos?

De: Exporberto (PROMPERÚ)
Para: Joaquín y Camila (Huancayo)

Asunto: RE: Pedidos adicionales del cliente

Estimados Camila y Joaquín,
 Si bien las reseñas históricas no estaban propuestas en el contrato de compraventa, el satisfacer al cliente con un servicio de post-venta puede ser muy beneficioso para estrechar relaciones comerciales. Les recomiendo que negocien el costo del servicio extra para los próximos envíos, pues le agregará valor a sus productos.

El servicio de post-venta debe contar con los siguientes elementos:

- Información al comprador sobre el buen uso del producto, garantía, plazos de devolución, etc.
- Tener un buen sistema de recambio de piezas y productos.
- Contar con un sistema de recepción de quejas, sugerencias y reclamos para brindar una solución rápida a cualquier mensaje del cliente.

Solo debe atenderse al mercado internacional con lo que se cuenta, sin generar sobre expectativas en el comprador, ya que con esto lograremos seriedad, continuidad y cumplimiento.

OJO

Es muy importante realizar un servicio de post-venta adecuado para incrementar el nivel de ventas y el posicionamiento de la empresa y sus productos en el mercado.

CAPÍTULO 9

PROMOCIÓN

PROMOCIÓN

De: Luisa (Pasco)
Para: Exporberto (PROMPERÚ)

Asunto: Invitación a ferias – Maquitas del Perú

Estimado Exporberto,
 Soy comerciante de maca y he recibido dos invitaciones para ir al extranjero a promocionar mi producto: Una es para asistir a una feria internacional y la otra es para acompañar a una delegación comercial. ¿Cómo puedo promocionar mi producto en ambos casos?

De: Exporberto (PROMPERÚ)
Para: Luisa (Pasco)

Asunto: RE: Invitación a ferias – Maquitas del Perú

Estimada Luisa,
 Asistir a una feria internacional es una gran oportunidad para encontrarte con compradores de todo el mundo. Tienes que tener en cuenta los siguientes datos:

- Fecha y lugar de las próximas ferias y exposiciones.
- Información de contacto del organizador de la feria.
- Perfiles de los productos y los exhibidores.
- Cuotas de registro y costos por acceso a las exposiciones y/o seminarios.
- Número de asistentes, habitaciones y salones de ruedas de negocios

Con respecto a una misión comercial es llevar una agenda definida con quiénes se va a establecer contacto. Un evento de este tipo permite combinar aspectos de:

- Promoción.
- Publicidad.
- Investigación de mercados.
- Relaciones públicas.

En ambos casos, tienes que llevar tarjetas personales (que incluya: nombre de la empresa, giro, contacto, correo electrónico corporativo, sitio web), así como tener catálogos y material impreso (en inglés y otros idiomas, según sea el caso).



MÁS INFORMACIÓN

PROMPERÚ – Programa “Crea tu Página Web”.
 PROMPERÚ – Programa de Diseño.

Ferias Internacionales PROMPERÚ: Perú Moda.
www.siicex.gob.pe

Misiones Comerciales PROMPERÚ: ExpoPerú.
 PROMPERÚ – Rueda de Negocios.

CAPÍTULO 10

ASOCIATIVIDAD

ASOCIATIVIDAD

Exporberto ha recibido muchos correos electrónicos de emprendedores que están preocupados porque han recibido pedidos que exceden su capacidad de producción, o que están adelantándose a una eventualidad de ese tipo.

En esos casos, Exporberto recomienda buscar formas de asociatividad con otras empresas para establecer alianzas estratégicas que permitan atender los pedidos en el extranjero y en sus respuestas incluye las cuatro principales tipos de asociación entre empresas:

1

RED EMPRESARIAL

Agrupa a empresas que han decidido organizarse para operar de manera asociada, compartiendo procesos.

2

JOINT VENTURE

Consiste en la colaboración organizacional y toma de decisiones de cada participante. Cada empresa mantiene su autonomía y decide qué hacer con los beneficios que obtiene del proyecto común.

3

CADENA PRODUCTIVA

Agrupa un conjunto de actores que cubren una serie de etapas y operaciones de producción, transformación, distribución y comercialización de un producto.

4

CONSORCIO

Agrupa empresas que deciden coordinar sus esfuerzos en ámbitos determinados (producción, comercialización, etc.), con el objetivo de ser empresas económicamente rentables y sostenibles en el tiempo.

OJO

Las causas que motivan el establecimiento de alianzas es la necesidad de seguir desarrollando su capacidad tecnológica, mejorar el acceso a los mercados y promover la innovación para ser competitivos. Es preciso tener en cuenta que existen factores que pueden causar el fracaso de las asociaciones (no tener objetivos comunes, desconfianza, falta de información y/o de liderazgo y conflictos de intereses), a fin de evitarlos.



MÁS INFORMACIÓN

PROMPERÚ – Programas de Asociatividad.



CAPÍTULO 11

EXPORTA FÁCIL

EXPORTA FÁCIL

Es un mecanismo promotor de exportaciones, diseñado principalmente para apoyar a los micro y pequeños empresarios que buscan acceder al mercado internacional.

Dicho servicio permite enviar mercancía con un valor máximo de cinco mil y 00/100 dólares estadounidenses (US\$ 5,000) por declaración y a través del canal postal, es decir, la empresa de correos estatal (Serpost).

11.1 LOS BENEFICIOS

- 1 Tarifas de envío más competitivas.
- 2 Orientación gratuita.
- 3 Simplificación en los trámites.
- 4 Un solo formulario de exportación en Internet.
- 5 Seguimiento a través de www.serpost.com.pe.
- 6 Disponibilidad de embalajes apropiados para las características de los productos a exportar.
- 7 Tres modalidades de envío de acuerdo a las necesidades del exportador.

11.2 ¿CÓMO USARLO?

- 1 Puede acceder a EXPORTAFÁCIL desde su negocio, casa o cabina de Internet, haciendo uso de su clave de acceso a SUNAT para operaciones en línea (CLAVE SOL).
- 2 Debe llenar el formulario EXPORTAFÁCIL que contiene la declaración simplificada de exportación y la guía postal.
- 3 Completada la información en el formulario, debe imprimirlo para entregarlo junto con su envío en las oficinas de Serpost.



MÁS INFORMACIÓN
Tramites de EXPORTA FÁCIL
www.sunat.gob.pe

Calcular costos
www.serpost.com.pe
www.siicex.gob.pe

CAPÍTULO 12

LA SUNAT

LA SUNAT

Los procedimientos operativos relativos a los regímenes aduaneros de exportación se encuentran establecidos formalmente por la **Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT)**.

Las empresas exportadoras deben cumplir con las disposiciones e indicaciones contenidas en el **Procedimiento para el Régimen de Exportación Definitiva**. En el caso de despachos simplificados de exportación, deberá cumplirse con las disposiciones contenidas en el **procedimiento específico** correspondiente.

12.1 MECANISMOS DE PROMOCIÓN

En el Perú se aplican diversos mecanismos de promoción a las exportaciones, contemplando diferentes modalidades de incentivos de carácter administrativo, tributario, cambiario, financiero, comercial y aduanero.

A

INCENTIVOS TRIBUTARIOS:

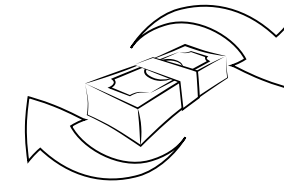
Devolución del Impuesto General a las Ventas (IGV) correspondiente a las compras internas (dentro del país) de insumos y productos que se utilizan en producción de bienes de exportación.

B

INCENTIVOS ADUANEROS:

Existen regímenes de promoción vinculados a la exportación, tales como: admisión temporal, reposición de mercancías en franquicia, exportación temporal, entre otros. En el caso del Drawback, el exportador podrá obtener una devolución por los aranceles pagados al importar insumos y material que han sido incorporados en el producto exportado.

12.2 EL DRAWBACK



Es el régimen aduanero que permite, como consecuencia de la exportación de mercancías, obtener la restitución total o parcial de los aranceles que hayan gravado la importación para la elaboración de las mercancías (materias primas, insumos, productos intermedios, partes y piezas), contenidas en los bienes exportados o consumidos durante su producción.

Para efectos del beneficio, se consideran como materia prima las etiquetas, envases y otros artículos necesarios para la conservación y transporte del producto exportado.

A

BENEFICIARIOS:

Las empresas productoras exportadoras que efectúan directamente la exportación de los bienes que elaboran o producen, así como las empresas que encargan la producción o elaboración de los bienes que exportan.

B

TASA DE RESTITUCIÓN:

Equivalente al 5% del valor FOB de exportación, pudiendo variar de acuerdo con las políticas comerciales del Estado. La restitución se efectúa por medio de notas de crédito o cheques emitidos por la SUNAT.

12.3 CRÉDITO FISCAL

Las consignas de exportación no incluyen el Impuesto General a las Ventas (IGV), que sí aparece en las ventas a nivel nacional. Como consecuencia de lo anterior, los exportadores pueden recuperar el IGV que pagaron por la adquisición de los bienes y/o servicios necesarios para obtener o producir el bien que exportan. Por este motivo, los exportadores gozan de un tratamiento especial que les permite solicitar a la SUNAT la devolución del IGV y, por lo tanto, enviar al exterior productos con precios más competitivos.

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Notas de crédito: Son comprobantes emitidos a la orden del que solicita la devolución, señalando el concepto por el cual se emiten, en un periodo determinado.



MÁS INFORMACIÓN

Beneficios tributarios y aduaneros para la exportación – Preguntas frecuentes

www.sunat.gob.pe

CAPÍTULO 13

EXPORTACIÓN DE SERVICIOS

EXPORTACIÓN DE SERVICIOS

El comercio internacional no consiste solamente al intercambio de mercancías sino también al de servicios. Así, los volúmenes de las transacciones entre países por concepto de software, turismo, comunicaciones, servicios de salud, financieros, de consultoría, etc., se han incrementado fuertemente. Estos servicios reciben el nombre de intangibles.

De: Francisco (Puno)
Para: Exporberto (PROMPERÚ)

Asunto: ¿Yo puedo ser exportador?

Buenos días,
Unos amigos que exportan artesanías me han comentado que usted puede ayudarme con esta consulta. Soy el director artístico de un conjunto de danzas folclóricas y he conversado con promotores extranjeros que están interesados en contratarnos para que nos presentemos en Europa. ¿Este caso se podría considerar como una exportación?

De: Exporberto (PROMPERÚ)
Para: Francisco (Puno)

Asunto: RE: ¿Yo puedo ser exportador?

Estimado Francisco,
Gracias por tu mensaje. Se considera comercio de servicios a un corte de cabello, un concierto, una transferencia bancaria, una cirugía, el transporte de una mercancía de un lugar a otro, una llamada telefónica, la reparación y mantenimiento de equipos o medios de transporte, la publicidad, las consultorías y también las actividades artísticas, entre muchos otros ejemplos.

Todos estos servicios pueden ser exportados a consumidores de otros países. Es decir, así como se realizan exportaciones de bienes, también se pueden exportar servicios. En conclusión, si presentas tu espectáculo fuera del país te convertirás en exportador.

13.1 TIPOS DE EXPORTACIÓN DE SERVICIOS

Dadas sus características, las formas en que los servicios se pueden exportar o importar han sido clasificadas por el **Acuerdo General de Comercio de Servicios**, en cuatro modos de suministro:

MODO 1



Comercio transfronterizo:

Es el servicio que se presta desde el territorio del proveedor hacia el territorio del consumidor, sin desplazamiento de personas. Ejemplo: la realización de una consultoría, el software enviado por Internet o una transferencia bancaria de dinero hacia el exterior.

MODO 2



Consumo en el extranjero:

El consumidor del servicio se desplaza y lo adquiere en el territorio del proveedor. Dentro de este modo se encuentra el turismo, es decir, no residentes que consumen servicios de hospedaje, alimentación y recreación. Este ejemplo es muy significativo para el Perú.

MODO 3



Presencia comercial:

Es el servicio brindado por una empresa en territorio extranjero. Esta modalidad se mide a través de la inversión extranjera directa en servicios (IED). Como ejemplo, se puede mencionar la IED en el Perú en los sectores de comunicaciones, finanzas, comercio y otros servicios.

MODO 4



Presencia física de personas naturales:

Consiste en el desplazamiento de personas de un país a otro para prestar un servicio. Ejemplos de este modo son el desplazamiento de arquitectos, abogados o ingenieros al exterior para brindar sus servicios profesionales por un periodo limitado.

OJO

¿QUÉ SIGNIFICA...?

Intangibles: Acciones no percibidas como medios físicos.

Inversión extranjera directa: Colocación de capitales a largo plazo en algún país extranjero.

Se considera exportación de servicios cuando el pago es efectuado por un residente en otro país con independencia del lugar en el que se produce la prestación del servicio. Igualmente, los servicios gozan del beneficio de la devolución del IGV al igual que con la exportación de bienes; este trámite se debe realizar ante la SUNAT.



MÁS INFORMACIÓN

SIICEX www.siicex.gob.pe

Devolución del IGV a la exportación de servicios www.sunat.gob.pe

Ley 29646 – Fomento del Comercio Exterior de Servicios

CAPÍTULO 14

COMERCIO ELECTRÓNICO

COMERCIO ELECTRÓNICO

Según la Organización Mundial del Comercio (OMC), el comercio electrónico es la producción, publicidad, venta y distribución de productos a través de las redes de comunicación en Internet.

De: Víctor (Ayacucho)
Para: Exporberto (PROMPERÚ)

Asunto: ¿Puedo vender mis productos por Internet?

Hola Exporberto,
 Luego de un tiempo te escribo por una nueva consulta. Me está yendo muy bien con mis envíos al exterior y a sugerencia de un cliente inglés, he decidido exhibir mis retablos vía una página web (sitio en Internet); y con poca inversión, dar a conocer mis productos a los socios y amigos de mi cliente en Londres. Me gustaría saber sobre comercio electrónico y si aparte de publicitar mis productos, también puedo venderlos y luego enviarlos al extranjero.

De: Exporberto (PROMPERÚ)
Para: Víctor (Ayacucho)

Asunto: RE: ¿Puedo vender mis productos por Internet?

Estimado Víctor,
 ¡Felicitaciones por el éxito! Para que puedas realizar tus transacciones por medio del comercio electrónico, ten en cuenta que el pago por tus retablos debe concretarse haciendo uso de un medio virtual, considerando ciertos mecanismos de seguridad.

Son tres los aspectos que debes conocer muy bien:

1. Forma de pago: Existen plataformas de pago electrónico que tu sitio web debe contar. Por ejemplo: PayPal, Checkout, VisaNet, entre otras. Estos medios de pago son conocidos por los clientes virtuales y garantizan en cierta medida que tu empresa cumplirá con el envío.

2. El idioma: Una empresa en Internet es una **empresa global**, por lo que una limitante para acceder a otros mercados es el idioma. Considera el inglés como idioma práctico que te será muy útil para tus ventas al exterior por medios electrónicos.

3. Privacidad y seguridad: Recuerda que existen piratas virtuales e individuos malintencionados. Protege a tus clientes permanentemente con la información que proporcionas sobre tu portal y las medidas de seguridad con las que cuenta tu sitio web (es frecuente el uso de usuarios y claves para el acceso de clientes permanentes).

14.1 PASOS PREVIOS

¿QUÉ DEBO SABER ANTES DE ELABORAR MI SITIO WEB?

DOMINIO



Es el nombre que le asignas a tu página. Ejemplo: www.tuempresa.com. Cuando compras un dominio, estás asegurando esa dirección por un año o por el tiempo por el que lo contratas.

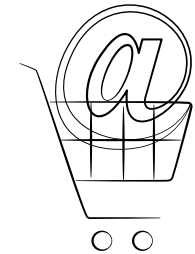
HOSTING



Es el espacio virtual que te otorgan para cargar tu sitio web en Internet una vez que está desarrollada.

Es recomendable que tú mismo adquieras tanto el hosting como el dominio, ya que es mucho más barato y no dependerás de la persona que desarrolla tu sitio web. Estos servicios los renovarás después de un año de uso y para realizar esta compra únicamente necesitas una tarjeta de crédito.

14.2 TIPOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO



Existen dos principales tipos de comercio electrónico:

A

BUSINESS TO CONSUMER (B2C):

Es el comercio de las empresas con el cliente final (consumidor).

B

BUSINESS TO BUSINESS (B2B):

Es el comercio en el que las operaciones comerciales son entre empresas y no con usuarios finales.

TIPOS	VENTAJAS	DIFICULTADES
B2C VENTA DIRECTA A CONSUMIDORES	<ul style="list-style-type: none"> Nuevos servicios de valor añadido sobre la oferta tradicional. Evita desplazamientos, ahorra tiempo y dinero. Es un medio interactivo que permite obtener información y comparar prestaciones de servicios fácilmente. Permite acceder a nuevos mercados y/o negocios. Supone un nuevo canal de comunicación que permite dirigirse a clientes de forma personalizada. 	<ul style="list-style-type: none"> Problema de seguridad y privacidad de sus datos. Problemas en las comunicaciones. Virtualidad del medio. No es posible "tocar" los productos. Hay un menor volumen en la oferta y demanda.
B2B VENTA ENTRE EMPRESAS	<ul style="list-style-type: none"> Escasas barreras de entrada. Fuente de información (mercado, competencia, clientes). Se disminuye la diferencia entre empresas. Mayor volumen de oferta y demanda. 	<ul style="list-style-type: none"> Dificultades para integrar el sistema de comercio electrónico con los sistemas convencionales de la empresa. Problemas de seguridad, por la desconfianza de "no saber" con quién se está negociando. Infraestructura tecnológica en constante evolución.

OJO

Comercio electrónico, no se trata de crear un sitio web o un catálogo virtual, sino de una predisposición del emprendimiento empresarial a mejorar aspectos logísticos y productivos, que le permitan al cliente contactarse y realizar pedidos de forma sencilla desde su PC con la plena confianza que el exportador responderá en los plazos y condiciones establecidos.



MÁS INFORMACIÓN

Cámara Peruana de Comercio Electrónico (CAPECE)

www.capece.org.pe

Asociación Peruana de Comercio Electrónico (APECE)

www.apeco.org.pe

PROMPERÚ: Talleres Especializados

www.siicex.gob.pe

CAPÍTULO 15

PREGUNTAS FRECUENTES

PREGUNTAS FRECUENTES

A continuación, presentamos una lista de las preguntas que Exporberto recibe con mayor frecuencia de parte de emprendedores que desean comenzar a vender bienes y servicios al exterior y de quienes ya están exportando y necesitan información para mejorar su negocio.

1

¿QUÉ ES EL AGENTE DE ADUANAS?

Persona natural o jurídica autorizada por la SUNAT para prestar servicios a terceros, en toda clase de trámites aduaneros, bajo las condiciones establecidas por la Ley General de Aduanas y su reglamento.

2

¿EN QUÉ MOMENTO TENGO QUE RECURRIR A UN AGENTE DE ADUANAS?

Cuando el valor de la mercancía a exportar es mayor a US\$ 5,000, es obligatorio contratar los servicios de un agente de aduanas. Si el valor de la mercancía es menor a US\$ 5,000, el trámite de exportación puede realizarlo uno mismo mediante el Régimen Simplificado (Declaración Simplificada de Exportación).

3

¿QUÉ ES UN AGENTE NAVIERO?

Representante de una línea naviera u operador de nave sin línea fija o regular, que facilita los servicios de nave así como la transmisión de información a la administración aduanera (SUNAT), mientras se encuentre en un puerto específico.

4

¿QUÉ ES EL AGENTE DE CARGA INTERNACIONAL?

También conocido como "agente transitario". Es quien realiza y recibe embarques, consolida y desconsolida carga y actúa como operador de transporte multimodal.

5

¿QUÉ ES EL AGENTE FLETADOR?

Agente designado por el fletador (quien entrega la carga para ser transportada) para conseguir espacio para una carga al flete más bajo posible y en condiciones más favorables para el propietario de la carga.

6

¿QUÉ ES UN BROKER?

El broker de negocios actúa como intermediario entre compradores y vendedores. Es responsable de reunir a ambas partes con el objetivo de una compraventa y cobrar una comisión por ello.

7

¿QUÉ ES DESGRAVAMEN ARANCELARIO?

Eliminación o reducción de los aranceles pagados por la importación de un bien.

8

¿QUÉ ES OFICIAL DE ADUANAS?

Funcionario técnico aduanero encargado de verificar la exactitud de la declaración de las mercaderías con las cantidades físicas.

9

¿CÓMO SE LLEVA A CABO EL DESADUANAJE DE MERCANCÍAS?

El desaduanaje es el cumplimiento de las formalidades aduaneras necesarias para permitir el ingreso de las mercancías para el consumo o ser colocadas bajo otro régimen aduanero. El proceso se inicia con la presentación de la declaración de mercancías y termina con el retiro de las mismas, luego del pago de los aranceles e impuestos, para que prosigan al régimen aduanero declarado.

10

¿CUÁLES SON LAS MODALIDADES PARA LA EXPORTACIÓN?

Las mercancías pueden salir como exportación definitiva. Sin embargo, en caso de que se vaya a someter a alguna operación de reparación, cambio o mejoramiento, deberá salir como exportación temporal, debiendo retornar en el plazo máximo de doce meses.

11

¿QUÉ SON LAS MEDIDAS NO ARANCELARIAS?

Medidas de carácter administrativo, financiero, cambiario o de cualquier otra naturaleza que impiden o dificultan la libre importación o colocación de productos en el mercado local. Ejemplos: las cuotas o contingentes, los regímenes de licencias de importación, las reglamentaciones sanitarias, las prohibiciones de importación, etc.

12

¿QUÉ ES TRANSPORTE MULTIMODAL?

Transporte de mercancías que utiliza al menos dos modos de transporte diferentes. Está cubierto por un contrato de transporte, desde un lugar en un país donde el operador de transporte multimodal se encarga de ellas, hasta un lugar designado para la entrega, situado en un país diferente.

13

¿QUÉ SON LAS NORMAS DE ORIGEN?

Leyes, reglamentos y procedimientos administrativos mediante los cuales se determina el país de origen de un producto. De la decisión de la autoridad de aduanas acerca del origen de una partida de productos depende, por ejemplo, que esta pueda beneficiarse de una preferencia arancelaria, esté gravada con un derecho antidumping, etc. Esas normas varían de un país a otro.

14

¿CÓMO IDENTIFICAR LAS PARTIDAS ARANCELARIAS (SUBPARTIDA NACIONAL) DE MIS PRODUCTOS?

La determinación de la subpartida nacional de una mercancía, se obtiene a través de un proceso que se denomina "clasificación arancelaria". Por tanto, es necesario saber con precisión las especificaciones técnicas de la mercancía a clasificar (nombre comercial y técnico, características, componentes, uso de la mercancía, etc.). El portal de SUNAT ofrece información sobre el arancel nacional y se puede descargar en formato Word: <http://www.sunat.gob.pe/orientacionaduanera/aranceles/index.html>.

15

¿QUÉ ES UNA MUESTRA SIN VALOR COMERCIAL?

Cualquier mercadería o producto importado o exportado bajo esa condición con la finalidad de demostrar sus características y que carezca de todo valor comercial, ya sea porque no lo tiene debido a su cantidad, peso, volumen u otras condiciones de presentación, o porque ha sido privado de ese valor mediante operaciones físicas de inutilización que eviten toda posibilidad de que sean comercializados.

16

¿POR QUÉ ES IMPORTANTE EL ENVÍO DE MUESTRAS AL EXTRANJERO?

Porque de esa manera, el comprador puede verificar físicamente la descripción del producto solicitado de manera detallada. Las características de las muestras deben coincidir con lo especificado en la cotización remitida. Generalmente, las muestras se envían por medios postales.

17

¿QUÉ ES EXPORTA FÁCIL?

Procedimiento que se realiza por la vía postal y se creó como un mecanismo promotor de exportaciones diseñado principalmente para el micro y pequeño empresario. A través de este servicio, se pueden realizar despachos de exportación hasta por un monto de US\$ 5,000 por envío y 30 kilos por cada bulto. Recomendamos revisar los siguientes portales para conocer las ventajas y particularidades del sistema:

- Exporta Fácil en SUNAT:
www.sunat.gob.pe/exportaFacil
- Exporta Fácil en Serpost:
www.serpost.com.pe/exportafacil
- Exporta Fácil en SIICEX:
www.siicex.gob.pe/siicex/portal5ES.asp?_page_=486.00000
- Guía de acondicionamiento Exporta Fácil:
www.siicex.gob.pe/siicex/documentosportal/3405193rad609A3.pdf
- Tarifas:
www.serpost.com.pe/calculaRC2

18

¿QUÉ ES LA LEY CONTRA EL BIOTERRORISMO?

La Ley de Bioterrorismo o Ley de Seguridad de la Salud Pública y Preparación y Respuesta ante el Bioterrorismo de 2002 es una de las numerosas iniciativas de seguridad implementadas por Estados Unidos en respuesta a los trágicos eventos del 11 de setiembre del 2001. Esta ley establece una serie de disposiciones referidas al suministro de alimentos, con el propósito de preservar la seguridad de Estados Unidos frente al bioterrorismo.

19

¿QUÉ ES EL SEPYMEX?

Es un programa creado por COFIDE para fomentar y apoyar a las pequeñas y medianas empresas (Pymes) exportadoras, otorgando una cobertura de seguro en respaldo de los créditos de pre-embarque que contraten con las instituciones financieras. Está disponible en los siguientes bancos: Banco de Comercio, Banco de Crédito, Scotiabank, Banco Interamericano de Finanzas, Banco Financiero, Interbank y Banco Continental.

20

¿CÓMO DETERMINO MI PRECIO DE EXPORTACIÓN?

Además del costo de producción, los demás aspectos a considerar son los siguientes:

- **Costos directos:** empaque, embalaje, documentación, unitarización, manipuleo local, transporte local, seguro local, manipuleo.
- **Gastos relativos al embarque:** gastos bancarios, agentes (comisiones).
- **Costos indirectos:** administración, capital, inventarios.
- **Tránsito internacional:** transporte, seguro.
- **País importador:** transporte local, seguro, documentación, agentes aduaneros, agentes (comisiones).
- **Costos indirectos en destino:** capital, inventarios.

21

¿QUÉ ES LA PÓLIZA DE SEGURO?

Documento que prueba que se ha contratado el seguro para una exportación concreta.

22

¿QUÉ ES LA EXPORTACIÓN TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO PASIVO?

Régimen aduanero que permite la salida temporal del territorio aduanero de mercancías nacionales o nacionalizadas para su transformación, elaboración o reparación y que luego serán reimportadas como productos compensadores en un plazo determinado.

Ejemplos:

- La empresa Confección S.A. envía al exterior prendas de damas en la modalidad de exportación temporal para que inserten botones y cinturones; una vez hecho esto, el producto regresa al mercado nacional para su respectiva venta.
- La empresa Muebles Perú S.A. envía al extranjero una maquinaria en la modalidad de exportación temporal para ser reparada por los técnicos en el exterior; luego de reparada, retorna a las instalaciones de la fábrica.

23

¿QUÉ ES ADMISIÓN TEMPORAL PARA PERFECCIONAMIENTO ACTIVO?

Régimen aduanero que permite el ingreso al territorio aduanero de ciertas mercancías extranjeras con la suspensión del pago de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables a la importación, con el fin de ser exportadas dentro de un plazo determinado, luego de haber sido sometidas a una operación de perfeccionamiento, bajo la forma de productos compensadores.

Ejemplo:

- La empresa Camisas Perú S.A.C. importó de China fibra sintética, bajo la modalidad de admisión temporal.

24

¿QUÉ ES REPOSICIÓN DE MERCANCÍAS EN FRANQUICIA ARANCELARIA?

Régimen aduanero que permite la importación para el consumo de mercancías equivalentes, a las que habiendo sido nacionalizadas, han sido utilizadas para obtener las mercancías exportadas previamente con carácter definitivo, sin el pago de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables a la importación para el consumo. Son beneficiarios del régimen los importadores productores y los exportadores productores que hayan importado por cuenta propia los bienes sujetos a reposición de mercancía en franquicia.

Para acogerse a este régimen, la declaración de exportación debe presentarse en el plazo de un (1) año, contado a partir de la fecha de levante de la declaración de importación para el consumo que sustente el ingreso de la mercancía a reponer. La importación para el consumo de mercancías en franquicia deberá efectuarse en el plazo de un (1) año, contado a partir de la fecha de emisión del certificado de reposición.

Ejemplo:

La empresa Truchas Perú EIRL importa latas de conserva pagando los derechos arancelarios respectivos, para luego exportar conservas de trucha al mercado español; importa nuevamente latas de conserva y la SUNAT la exonera del pago de aranceles en compensación al monto pagado en la primera oportunidad.

25

¿QUÉ ES ADMISIÓN TEMPORAL PARA REEXPORTACIÓN EN EL MISMO ESTADO?

Es el régimen aduanero que permite el ingreso con suspensión del pago de los derechos arancelarios y demás impuestos aplicables a la importación de las mercancías extranjeras. Dichas mercancías están destinadas a cumplir un fin determinado en un lugar específico, para ser reexportadas en el plazo establecido sin sufrir modificación alguna en su naturaleza, excepto la depreciación normal como consecuencia de su uso.

El plazo del régimen es de 18 meses; para el material de embalaje, se puede otorgar una prórroga de 6 meses adicionales.

Ejemplo:

La empresa Agromango SRL ha importado cajas de cartón corrugado, bajo la modalidad de importación temporal, para el envasado de mangos, pues dichos envases permitirán su exportación en las condiciones requeridas.

26

¿QUÉ DOCUMENTOS SE REQUIEREN PARA LA EXPORTACIÓN?

Los documentos que usualmente se requieren para la exportación son:

- Factura comercial.
- Conocimiento de embarque, guía aérea, aviso postal o carta porte, según el medio de transporte utilizado.
- Lista de empaque (packing list).
- Certificado de origen.
- Certificado sanitario (*).
- Certificado CITES (**).
- Certificado del Ministerio de Cultura (**).
- Autorización y/o licencia para la exportación (**).

(*) Para la exportación de productos de origen vegetal y/o animal se requiere de un certificado sanitario.

(**) Para el caso mercancías cuya exportación es restringida, deberán presentarse las autorizaciones, certificaciones y licencias requeridas según cada caso.

27

¿QUÉ ES EL BILL OF LADING?

Manifiesto de carga o conocimiento de embarque, recibo facilitado al embarcador por las mercancías entregadas. Demuestra la existencia de un contrato de transporte marítimo y otorga derechos sobre la mercancía. Equivale a la carta de portes en el caso de la vía terrestre, mientras que para la vía aérea es el airway bill.

28

¿QUÉ ES EL AIRWAY BILL?

Conocimiento de embarque para vía aérea, documento de transporte que otorga la propiedad de la mercancía a quien lo posee.

29

¿QUÉ ES LA CARTA PORTE?

Conocimiento de embarque para la vía terrestre y título legal del contrato de transporte terrestre.

30

¿QUÉ ES LA LISTA DE EMPAQUE O PACKING LIST Y QUIÉN LA ELABORA?

Lista que muestra la mercancía embalada en forma detallada, normalmente preparada por el embarcador o exportador pero no necesariamente requerida por los transportistas; una copia es enviada al consignatario para ayudarlo en la verificación del embarque recibido.

31

¿QUÉ ES EL CERTIFICADO DE ORIGEN?

Documento que identifica las mercancías expedidas y declara expresamente el origen de las mismas. En el Perú existe la autocertificación y la certificación por entidades delegadas proporcionado por la Asociación de Exportadores del Perú (ADEX), la Sociedad Nacional de Industrias (SNI), la Cámara de Comercio de Lima (CCL) y las cámaras de comercio regionales.

32

¿QUÉ SON LOS CERTIFICADOS DE INSPECCIÓN SANITARIA?

- **Certificado fitosanitario:** certificado oficial expedido por una autoridad sanitaria competente del país de origen, en el que se hace constar que el material de origen vegetal inspeccionado se considera exento de plagas y, por lo tanto, inocuo para la alimentación humana.

- **Certificado zoonosario:** certificado expedido por una entidad competente del país de origen, en el que se hace constar el buen estado sanitario de las mercancías de origen animal en él consignadas.

33

¿DÓNDE TENGO QUE RECURRIR PARA OBTENER EL CERTIFICADO FITOSANITARIO?

La entidad que se encarga de emitirlo es el Servicio Nacional de Sanidad Agraria (SENASA) del Ministerio de Agricultura (www.senasa.gob.pe). Este documento es de carácter obligatorio cuando se realicen exportaciones de frutas y hortalizas frescas, por ejemplo.

34

¿QUÉ ES EL CERTIFICADO DE DIGESA?

La Dirección General de Salud Ambiental (DIGESA) otorga el certificado sanitario oficial de exportación de alimentos procesados y bebidas de consumo humano. Para obtenerlo, se deben de cumplir los siguientes requisitos:

- Solicitud dirigida al Director Ejecutivo de Higiene Alimentaria y Zoonosis, con carácter de declaración jurada, que contenga número de RUC, firmada por el representante legal de la empresa exportadora.
- Informe de inspección y de análisis físico, químico y microbiológico del producto a exportar emitido por un laboratorio acreditado.
- El establecimiento deberá contar con habilitación sanitaria vigente al momento de la producción del lote a exportar.
- Especificaciones solicitadas por el exportador.
- Comprobante de pago de derecho de trámite.

35

¿QUÉ ES EL CERTIFICADO DEL MINISTERIO DE CULTURA?

Es un documento necesario para la exportación de réplicas y/o recreaciones de piezas u obras que son parte del patrimonio cultural de la nación. Lo extiende el Ministerio de Cultura (antes Instituto Nacional de Cultura – INC).

36

¿DÓNDE PUEDO ENCONTRAR INFORMACIÓN DE EXPORTADORES?

La información de contacto de las empresas se encuentra disponible en el Directorio de Exportadores del SIICEX (www.siicex.gob.pe). También se puede encontrar información en la SUNAT (www.sunat.gob.pe).

37

¿DÓNDE PUEDO HALLAR LA RELACIÓN DE OPERADORES LOGÍSTICOS?

Se puede encontrar información en los siguientes sitios web:

- Agentes de aduana (listado oficial)
www.aduanet.gob.pe
- Agentes de carga (listado oficial)
www.aduanet.gob.pe
- Agentes marítimos (listado oficial)
www.aduanet.gob.pe
- Agentes navieros (listado oficial)
www.aduanet.gob.pe
- Guía logística
www.guialogistica.com
- Directorio ADEX
www.directorioadex.com
- Directorio CCL
<http://200.37.9.27/cclDirectoriovirtual/cclpublico.aspx>
- Asociación de Agentes de Aduana del Perú - AAAP
www.aaap.org.pe
- Asociación Marítima del Perú - ASMARPE
www.asmarpe.org.pe
- Asociación Nacional del Transporte Terrestre de Carga - ANATEC
www.anatec-peru.com

38

¿QUÉ EMPRESAS BRINDAN SEGUROS DE TRANSPORTE INTERNACIONAL?

- Asociación Peruana de Agentes de Carga Internacional - APACIT
www.apacit.com.pe
- Asociación Peruana de Agentes Marítimos - APAM
www.apam-peru.com
- Asociación Peruana de Operadores Portuarios - ASSPOR
www.asppor.org.pe
- Consejo Nacional de Usuarios del Sistema de Distribución Física Internacional de Mercancías – CONUDFI
www.conudfi.org.pe
- ACE SEGUROS S.A.:
Dirección: Calle Amador Merino Reyna 267 Of. 402, San Isidro - Lima
Teléfono: (01) 417-5000
www.ancelatinamerica.com
- LA POSITIVA - Cía. de Seguros Generales:
Dirección: Esq. Javier Prado Este y Franciso Masías 370, San Isidro - Lima
Teléfono: (01) 211-0000
www.lapositiva.com.pe
- PACÍFICO SEGUROS - Seguros Generales:
Dirección: Esq. Javier Prado Este y Franciso Masías 370, San Isidro - Lima
Teléfono: (01) 518-4000
www.pacificoseguros.com
- RÍMAC SEGUROS:
Dirección: Av. Juan de Arona 830, San Isidro
Teléfono: (01) 411-1111
www.rimac.com.pe

39

¿CÓMO CONTACTAR CLIENTES EXTRANJEROS PARA MI PRODUCTO?

Una empresa exportadora pueda conseguir clientes del extranjero a través de diversas formas. La manera adecuada para captar clientes varía de acuerdo con la estrategia de promoción:

- Eventos internacionales: ferias especializadas, misiones comerciales, ruedas de negocio.
- Herramientas de tecnologías de la información: Internet, redes sociales, portales B2B.
- Bases de datos: compra o acceso a bases de datos de compradores extranjeros, directorios y catálogos de importadores, revistas especializadas, etc.
- A través de entidades oficiales, embajadas y/o agregadurías comerciales y gremios.

40

¿QUÉ SON Y PARA QUÉ SIRVEN LAS FERIAS INTERNACIONALES?

Son grandes eventos comerciales de exhibición de productos y servicios, organizados con el objetivo de facilitar las transacciones comerciales entre países. Permiten que en un mismo lugar y determinado tiempo se reúnan importadores, traders, distribuidores, agentes, representantes, exportadores, agentes locales, etc.

41

¿CUÁLES SON LAS FERIAS Y EVENTOS DE PROMOCIÓN QUE REALIZA PROMPERÚ?

La información relacionada con las actividades que organiza y/o apoya PROMPERÚ se encuentra publicada en la sección calendario de actividades del sitio web www.siicex.gob.pe.

42

¿DÓNDE PUEDO ENCONTRAR INFORMACIÓN DE OPORTUNIDADES COMERCIALES Y MERCADOS DE EXPORTACIÓN?

En las siguientes fuentes:

- **Plataforma de información virtual:** el Sistema Integrado de Información de Comercio Exterior (SIICEX) ofrece estadísticas actualizadas de mercados y productos, perfiles y estudios de mercado, información sobre regulaciones de acceso y normas técnicas (www.siicex.gob.pe).

- **Centro de documentación:** permite acceder a bibliografía especializada, una sala de consulta y uso de Internet de acceso libre para búsquedas en línea.
- **PROMO:** instrumento de inteligencia de mercados que busca ofrecer al empresario peruano exportador y potencial exportador información de alto valor que les permita tomar decisiones efectivas y eficaces para la internacionalización de sus bienes y servicios (www.promo.com.pe).
- **Bases de datos:** compra o acceso a bases de datos de oportunidades comerciales, revistas especializadas, etc.

Además, existen otros organismos de promoción y fuentes internacionales donde se puede recopilar esta información:

- Centro de la Unión Europea para la Promoción de Importaciones provenientes de países en desarrollo (CBI) www.cbi.eu.
- ICEX (España) www.icex.es
- ProChile www.prochile.cl
- ProExport (Colombia) www.proexport.com.co
- TFO (Canadá) www.tfocanada.ca/docs.php
- Fundación ExportAr (Argentina) www.exportar.org.ar
- PROCOMER (Costa Rica) www.procomer.com
- FreshPlaza: www.freshplaza.com
- Export Helpdesk www.exporthelp.europa.eu/index_es.html

43

¿CÓMO PUEDO RECIBIR ASESORÍA DE EXPORTACIONES EN PROMPERÚ?

Plataforma de Servicios al Exportador de PROMPERÚ:

- Dirección: Av. Jorge Basadre 610 - San Isidro.
- Horario: lunes, martes, jueves y viernes, de 09:15 a 12:45 y 14:15 a 17:45.
- Teléfonos: (01) 616-7300 / 616-7400 anexos 1205 y 1216.
- Línea gratuita a nivel nacional ALÓ EXPORTADOR 0800-00-221
- Email: sae@promperu.gob.pe / sae1@promperu.gob.pe

Oficinas desconcentradas y centros de información regional:

LIMA

Av. Jorge Basadre N° 610, San Isidro (01)
616-7400 / 616-7300 sae@promperu.gob.pe
sae1@promperu.gob.pe

CAJAMARCA

Jr. Belén s/n,
Conjunto Monumental Belén (076) 362-903
cicajamarca@promperu.gob.pe

MACRO REGIÓN NOROESTE – LAMBAYEQUE

Calle 7 de Enero N° 579 – Chiclayo
(074) 274-330 / 228-881 opelambayeque@
promperu.gob.pe

HUÁNUCO

Jr. General Prado N° 873 - Huánuco (062) 513-
532 cihuanuco@promperu.gob.pe

MACRO REGIÓN SUROESTE – AREQUIPA

Calle Palacio Viejo N° 302 – Arequipa (054)
281-535 / 288-447 opearequipa@promperu.
gob.pe

ICA

Av. Grau N° 148 - Ica (056) 214-327 ciica@
promperu.gob.pe

MACRO REGIÓN ORIENTE – LORETO

Av. Yavarí N° 363, oficina 45 – Iquitos (065) 221-
703 / 232-833 opeloreto@promperu.gob.pe

LA LIBERTAD

Jr. Junín N° 444 - Trujillo (044) 231-114
cilalibertad@promperu.gob.pe

MACRO REGIÓN SURESTE – CUSCO

Jr. Julio C. Tello C-11, Urb. Santa Mónica –
Cusco (084) 223-592 / 223-611 opecusco@
promperu.gob.pe

MADRE DE DIOS

Jr. Ica N° 1662 - Puerto Maldonado (082) 571-
897 cimadrededios@promperu.gob.pe

MACRO REGIÓN CENTRO – JUNÍN

Jr. San José 528, Urb. San Carlos – Huancayo
(064) 203-400 opejunin@promperu.gob.pe

PUNO

Jr. Ayacucho N° 682 - Puno (051) 351-261
cipuno@promperu.gob.pe

MACRO REGIÓN NORTE – PIURA

Jr. Los Girasoles N° 105, Miraflores – Piura
(073) 698-383 piura@promperu.gob.pe

SAN MARTÍN

Jr. Manco Cápac N° 196 - Tarapoto (042) 522-
872 cisanmartin@promperu.gob.pe

AYACUCHO

Jr. San Martín N°432
2do. Piso - Ayacucho (066) 312-998
ciayacucho@promperu.gob.pe

TACNA

Av. Alfonso Ugarte N° 56 - Tacna (052) 424-961
citacna@promperu.gob.pe

44

¿QUÉ CAPACITACIONES OFRECE PROMPERÚ?

Entre las principales figuran:

- Miércoles del Exportador (Lima) o Día del Exportador (en oficinas regionales): Seminarios de sensibilización en los que especialistas informan sobre los pasos necesarios para exportar y los factores a tomar en cuenta para lograr una mayor competitividad exportadora.
- Talleres en el Centro de Oportunidades Digitales – ADOC: Talleres especializados en los que se dan a conocer las principales herramientas necesarias de gestión para la internacionalización de la empresa e impulsar el comercio electrónico.
- Programas de especialización PLANEX (Planes de Negocios para Exportación): Brindan las herramientas necesarias para elaborar un plan de negocios que responda a las exigencias de los mercados internacionales.
- Programas de especialización 5 S' y BPMM (Buenas Prácticas de Manufactura y Mercadeo): Son programas que permiten a las empresas desarrollar una adecuada gestión de calidad a fin de que sean más competitivas en el exterior, enfocándose en la certificación de calidad.
- Programas de asistencia empresarial como coaching exportador, diseño y empaques, comercio justo, HACCP, negociaciones y huella de carbono, entre otros.

¿QUÉ PORTALES SON RECOMENDABLES PARA BUSCAR INFORMACIÓN ESTADÍSTICA DE COMERCIO INTERNACIONAL?

Existen varios portales en Internet para hallar información estadística relacionada con las exportaciones e importaciones, tanto locales como mundiales.

Para obtener estadísticas nacionales:

- Superintendencia Nacional de Administración Tributaria (SUNAT): www.aduanet.gob.pe.
- Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ): www.siiicex.gob.pe.
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR): www.mincetur.gob.pe.
- Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI): www.inei.gob.pe.
- Ministerio de Agricultura (MINAG): www.minag.gob.pe.
- Ministerio de la Producción (PRODUCE): www.produce.gob.pe.
- Banco Central de Reserva del Perú (BCRP): <http://estadisticas.bcrp.gob.pe>.

Las herramientas más importantes para obtener estadísticas de exportación e importación mundial y por mercados seleccionados son las siguientes:

- TradeMap: www.trademap.org.
- Agencia Central de Inteligencia de Estados Unidos (CIA): www.cia.gov.
- Comtrade de la Organización de las Naciones Unidas: <http://comtrade.un.org/db>.
- Fondo Monetario Internacional (FMI): www.imf.org.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD): <http://unctadstat.unctad.org/>.
- Herramienta estadística FaoStat de la Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO): <http://faostat.fao.org/default.aspx?alias=faostat&lang=es>.
- Banco Mundial: <http://datos.bancomundial.org>.